



Estrategia Empresarial

Código: 461857

Duración: 4.00 horas

Descripción

Este curso ofrece las herramientas básicas que permiten identificar los desafíos estratégicos de una organización, diagnosticarlos y responder adecuadamente a dichos desafíos barajando las alternativas estratégicas más apropiadas a la situación.

El curso revisa los principales criterios para diseñar una estrategia eficaz, las herramientas que nos permiten analizar a los competidores y el entorno competitivo, los sistemas de análisis de los productos y servicios y las herramientas que permiten diagnosticar a la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades, sus oportunidades y amenazas.

Objetivos

- Dominar los principales conceptos relacionados con la estrategia empresarial y aplicarlos a situaciones empresariales reales.
- Conocer las ventajas y amenazas competitivas de la empresa con el fin de crear una estrategia de éxito.
- Realizar un diagnóstico empresarial completo, desde el punto de vista interno, a partir del análisis de las diferentes áreas de la compañía, y desde el punto de vista externo del análisis sectorial.
- Aprender a realizar un análisis DAFO de una organización.

UNIDAD.- Estrategia Empresarial

- Definición de estrategia y características
- Concepto de dirección estratégica
- Criterios para una estrategia eficaz
- Alternativas estratégicas
- Liderazgo general en costes
- Diferenciación
- Enfoque o alta segmentación
- Estrategias de diversificación
- Estrategias de mantenimiento y de reducción de la posición

UNIDAD.- Análisis Competencial de la Empresa

- La matriz de Michael Porter
- Los competidores y el entorno competitivo
- Amenaza de ingreso de nuevos competidores
- Barreras para el ingreso
- Intensidad de la rivalidad entre los competidores existentes
- Situaciones competitivas
- Barreras de salida
- Barreras de salida y de ingreso
- Presión de productos sustitutivos
- Poder negociador de los compradores
- Poder de negociación de los proveedores
- Los grupos estratégicos

UNIDAD.- Análisis Estratégico del Producto

- Análisis estratégico: Análisis del producto
- Qué se conoce como técnicas de Portafolio
- La matriz de la Boston Consulting Group (BCG)
- La BCG y el análisis del producto
- Funcionamiento de la Matriz de la BCG
- Criterios de clasificación de la Matriz de la BCG
- Conclusiones que se pueden obtener de la Matriz de la BCG
- Estrategias según los resultados de la Matriz de la BCG

UNIDAD.- Análisis Estratégico de las Unidades de Negocio

- Análisis competencial de las unidades de negocio
- Matriz atractivo del mercado-posición competitiva
- Atractivo del mercado y posición competitiva de la unidad de negocio

- Conclusiones a partir de la matriz atractivo del mercado-posición competitiva
- Limitaciones matriz atractivo del mercado-posición competitiva

UNIDAD.- Herramientas de Diagnóstico Empresarial

- Análisis DAFO
- Ejemplo de análisis DAFO
- Matriz de probabilidad - impacto
- Modelo CANVAS
- Ejemplo de Modelo Canvas