

CURSO

ESTRATEGIA GERENCIAL

Para garantizar la rentabilidad de una empresa se requiere planificación, y la estrategia es el plan maestro para lograr el éxito destacando de la competencia y fidelizando al cliente.

El curso en línea de Estrategia Gerencial forma paso a paso a sus colaboradores para elaborar estrategias útiles, diseñando la misión, visión y valores imperativos a su gestión organizacional, comprendiendo los conceptos y planteamientos de las estrategias competitivas según Michael Porter, el máximo exponente del tema, y conociendo su aplicación en las etapas de ejecución.



Formación Smart es una solución de vanguardia para la capacitación empresarial, que aprovecha los avances de la tecnología y la creciente cultura digital mediante contenidos de valor realizados por expertos profesionales en su campo.

Ahora, lograr la formación de personas en la empresa es mucho más fácil, masiva y económica.

Formación Smart permite:

- ✓ Mayor gestión del conocimiento.
- ✓ Reducción de costos innecesarios en materia de capacitación.
- ✓ Implementación inmediata.
- ✓ Acceso 24/7 los 365 días del año.
- ✓ Más productividad y eficiencia.



CURSO **ESTRATEGIA GERENCIAL**

Dirigido a:

Organizaciones, empresas e instituciones tanto públicas como privadas, interesadas en desarrollar estrategias útiles de ventas, comerciales y de negocio en su personal.

Objetivos:

- Proporcionar los conceptos básicos de la estrategia gerencial y el planteamiento de Michael Porter sobre las estrategias competitivas.
- Entender el proceso de planificación estratégica, sus aspectos permanentes, semipermanentes, etapas y la importancia de la Misión, Visión y Valores en las estrategias empresariales.
- Aprender a elaborar un diagnóstico organizacional aplicando la matriz FODA y determinando las ventajas competitivas.



MÓDULO 1

Materia 1: Proceso

- Proceso de planificación.
- Aspectos permanentes y semipermanentes de la planificación estratégica.
- Definir estrategias.

Materia 2: Misión-Visión

- Definiciones e impactos.
- Ejemplos corporativos de misión y visión.

Materia 3: Valores

- Definición.
- Valores núcleo.
- Vivir los valores y convertirlos en historias.
- La importancia de los valores.

Materia 4: Proceso

- DOFA.
- La ventaja competitiva.
- Diagnóstico amplio.

Materia 5: Modelos para competir

- Michael Porter.
- Boston Consulting Group.
- Matriz de Ansoff, estrategias para el crecimiento.
- Definir macro estrategias.

Materia 6: Estrategias segmentadas y diferenciadas

- Southwest Airlines, su estrategia el servicio.
- Zappos, la inspiración al servicio del cliente.
- Starbucks, la experiencia del café.

CONTÁCTANOS:

info@bularcama.com

