



Curso Online de **Dirección Estratégica para Pymes**

Metodologías y herramientas para planificar, diseñar e implementar de forma eficaz un plan estratégico en una PYME.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Presentación

En este curso vamos a analizar en profundidad: qué es la dirección estratégica, fundamentos de estrategia, diferenciación entre objetivo / estrategia / táctica con ejemplos, qué es un plan estratégico, para qué sirve, cómo hacerlo paso a paso, herramientas de análisis interno y externo, aprenderemos conceptos de gestión del tiempo que nos permitirán organizarnos y planificarnos mejor, tipos de estrategia en función del ciclo de vida de nuestro producto o servicio, etc.

Iremos viendo cada uno de los apartados que lo componen y analizando su estructura y cómo llevarlo a cabo paso a paso y en profundidad.

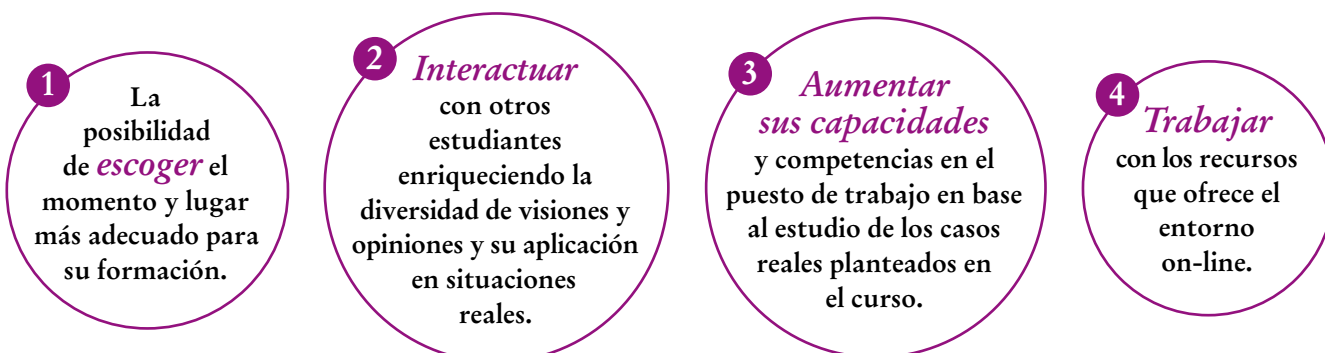
Al finalizar estaremos en disposición de poder realizar la mejor estrategia para nuestra empresa en función de diferentes aspectos tanto internos como externos, así como poder elaborar un magnífico y útil plan estratégico anual.

La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación.

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:



Objetivos del curso:

- Obtener unos conceptos teóricos que nos permitan poder tomar decisiones estratégicas y conseguir los objetivos marcados por la compañía en el plan estratégico.
- Conocer qué es un plan estratégico y para qué sirve.
- Cómo se realiza paso a paso un plan estratégico para una PYME.
- Qué herramientas podemos utilizar que nos ayuden a definir nuestra estrategia.
- Cómo determinar los instrumentos y estrategias más comunes en la organización y gestión de PYMES.
- Qué tipo de estrategias podemos llevar a cabo en función del ciclo de vida del producto.
- Qué técnicas de gestión del tiempo para la actividad diaria se pueden establecer en una PYME.

“ Las PYMES necesitan aplicar una estrategia que les permita sobrevivir en un escenario de globalización y competencia como el actual. La planificación y dirección estratégica es un proceso que le permitirá definir la visión de la empresa en un futuro y, en base a ella, poder desarrollar procedimientos y acciones para alcanzarla con éxito”

Dirigido a:

Directivos y Responsables de PYMES que quieran mejorar o implementar una planificación, dirección y estrategia en su organización a través de la realización de un plan estratégico siguiendo un proceso útil y sencillo.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

7 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.

El curso incluye la supervisión por parte del autor y profesor del curso de la evolución del plan estratégico paso a paso.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Introducción

1 hora

El trabajo más importante de un directivo de empresa es la planificación y la toma de decisiones. Este proceso se inicia cuando el directivo vive situaciones conflictivas que es necesario analizar y diagnosticar y que, finalmente, llevarán a la definición de uno o varios problemas de decisión.

1.1. Objetivo.

MÓDULO 2. Marco estratégico

4 horas

- 2.1. Génesis de las decisiones.
- 2.2. Tipología de las decisiones.
- 2.3. Proceso de decisión.

MÓDULO 3. Plan estratégico

4 horas

Un plan estratégico es un documento que contiene una serie de tareas, tácticas y estrategias (totalmente planificadas en el tiempo) a desarrollar y a llevar a cabo para conseguir los objetivos marcados por la compañía.

- 3.1. ¿Qué es?
- 3.2. ¿Para qué sirve?
- 3.3. ¿Por qué tengo que hacer un plan estratégico si tengo una empresa?

MÓDULO 4. Estructura de un plan estratégico

10 horas

4.1. Objetivo, estrategia y táctica:

- 4.1.1. Definiciones.
- 4.1.2. Enfoque competitivo global y ejemplos.
- 4.1.3. Programa de acción y ejemplos.
- 4.1.4. Ejemplos de empresa.

4.2. Herramientas de análisis (interno y externo):

- 4.2.1. DAFO y Cama.
- 4.2.2. Matriz de Ansoff.
- 4.2.3. Las cinco fuerzas de Porter.
- 4.2.4. Business Model Canvas.
- 4.2.5. Posicionamiento.
- 4.2.6. Ciclo de vida de un producto.
- 4.2.7. Matriz BCG (Boston Consulting Group).
- 4.2.8. Matriz Pest.

4.3. Tipología de clientes estratégicos (actuales y potenciales):

- 4.3.1. Segmentación. ¿Qué es? ¿Para qué sirve? ¿La hacemos? ¿Seguro que la hacemos?
- 4.3.2. Variables de segmentación: tradicionales, por comportamiento (incluye Ley de Pareto) y por problemas / retos / necesidades (incluye customer persona).

4.4. Tipos de estrategias: relacionadas con el ciclo de vida del producto o servicio

- 4.4.1. Estrategias en fase de crecimiento.
- 4.4.2. Estrategias en fase de madurez.
- 4.4.3. Estrategias ofensivas.
- 4.4.4. Estrategias defensivas.

MÓDULO 5. Lanzamiento, control y seguimiento del plan estratégico

8 horas

Una vez tengamos totalmente terminado todo el plan estratégico hemos de lanzarlo y darlo a conocer a todas las áreas y departamentos implicados para su posterior control y seguimiento.

5.1. Lanzamiento, control y seguimiento del plan estratégico.

MÓDULO 6. Planificación y gestión del tiempo

3 horas

Cuando hablamos de hacer un plan estratégico, con tareas y acciones que hay que llevar a cabo de forma temporal y con personas que deben realizar un control y seguimiento, estamos hablando de gestión del tiempo y de planificación. Debemos reflexionar sobre cómo depende de todos nosotros la gestión y planificación de nuestro día a día en algo tan importante como conseguir los objetivos marcados en el plan estratégico.

- 6.1. Conceptos de importancia y urgencia.
- 6.2. Tareas activas y reactivas.
- 6.3. Evaluación subjetiva del tiempo.
- 6.4. ¿Ladrones de tiempo?
- 6.5. Matriz QPH.

MÓDULO 7. Conclusión final

Dirección Estratégica para Pymes

Autor



José Luis Garcia

Licenciado en Empresariales con especialidad en Marketing, Publicidad y Gestión Comercial. Máster MBA y Máster en Dirección de Marketing Digital. Ex Director Comercial con importante know-how en las áreas de ventas y marketing en grandes empresas y multinacionales, ha asumido responsabilidades múltiples a través de los diferentes puestos directivos que ha desarrollado en su carrera en permanente contacto con los clientes, la red de ventas, de marketing y la estructura jerárquica local, nacional e internacional.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

