



DECISIONES ESTRATEGICAS DE NEGOCIOS

Descripción general

En los tiempos que corren, es imprescindible aportarle a los negocios el know how estratégico que requiere la toma de decisiones en contextos tan dinámicos y turbulentos.



El programa pretende lograr los siguientes objetivos:

- ✓ Incorporar elementos indispensables para ampliar la visión del negocio.
- ✓ Aadar el negocio a los tiempos difíciles.
- ✓ Reforzar los conocimientos en materia de conducción de empresas.
- ✓ Realizar un diagnóstico real de la situación de su empresa.
- ✓ Incorporar herramientas de medición que permitan mejorar la calidad de la gestión y el control de las operaciones.

MODULO I: DECISIONES DE MANAGEMENT

- Introducción al concepto de toma de decisiones empresariales.
- Las estructuras subyacentes en las organizaciones.
- Los círculos virtuosos y los círculos viciosos.
- Las crisis y el caos organizacional - Teoría y dinámica de sistemas.
- Los tiempos empresariales versus los tiempos fractales.
- Aplicación teórico práctica de la Visión – Misión corporativa.
- El valor del posicionamiento.
- La creación y la migración del valor en la empresa.
- El poder de la Identidad e Imagen organizacional.
- La creatividad para los tiempos de crisis.
- El valor de una buena estrategia
- Aprendizaje organizacional – el nuevo paradigma.



MODULO II: DECISIONES DE RR.HH.

- Formación del líder desde la imagen y la actitud.
- Posicionamiento conductual: poder – autoridad – delegación y control.
- Manejo de grupos: figuras positivas y negativas.
- Problemas frecuentes en conducción.
- Los tipos de culturas y como afectan a las organizaciones.
- Conducción eficiente de los equipos de trabajo
- La motivación, la mitología y los sistemas de incentivos.

MODULO III: DECISIONES DE MARKETING Y VENTAS

- El marketing estratégico y el marketing de servicios.
- La cadena de valor y la visión sistémica.
- Las estrategias de comunicación.
- Matrices y modelos de aplicación.
- Segmentación y pricing.
- Los tres productos.
- La esencia de la investigación de mercados.
- Neuromarketing: El comportamiento de compra del cliente.

MODULO IV: DECISIONES DE COSTOS Y FINANZAS

- Variabilidad de los costos.
- Costos para toma de decisiones.
- Sistema de costeo tradicional versus sistema de costeo ABC.
- Los flujos de fondos y el capital de trabajo.
- El presupuesto como herramienta primaria de control.

MODULO V: DECISIONES DE CONTROL DE GESTION

- Tablero de control gerencial – indicadores de gestión – mapas estratégicos.
- El cuadro de mando integral aplicado al control operacional.

Orientado a:

Empresarios, comerciantes, emprendedores, mandos medios, supervisores, gerentes y conductores de cualquier rango; y para toda aquella persona que desee formarse en toma de decisiones empresariales.

NOTA: Los programas son ajustables a requerimiento en lo que respecta a temática, metodología, carga horaria y contenidos.