

CURSO EN PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CORPORATIVA

JUSTIFICACIÓN

Las empresas no pueden adivinar el futuro, pero si lo pueden construir, identificando las diferentes oportunidades, que sobre su realidad y el mercado son determinante para definir estrategias que le permitan conseguir perdurabilidad en el tiempo, diferencias sostenibles e innovadoras y sobretodo retornos de rentabilidad que estén acorde a las expectativas de sus inversionistas.

METODOLOGÍA

Se desarrollarán espacios de aprendizaje significativo, a través de procesos interactivos, en donde se le dará prioridad al debate de casos, foros de temáticas del sector empresarial y apoyados con exposición de los temas por los profesores, apoyados con la metodología Lego Serious Play.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Sensibilizar a los participantes de la importancia del proceso de planeación estratégica como un factor crítico, para analizar los contextos estratégicos y desarrollar estrategias diferenciadoras
- Qué los participantes adquieran los conocimientos y habilidades para implementar la estrategia e iniciativas definidas.

DIRIGIDO A

Todas aquellas personas interesadas en conocer las principales estrategias de planeación corporativa.

DURACIÓN DEL PROGRAMA

36 HORAS

CONTENIDO

Cambios que impactan el mundo de los negocios

- El boom de los cambios
- ¿Qué es estrategia?
- Por qué fracasa la estrategia
- Casos: Kodak, Nokia, Nespresso, Cross

Diagnóstico Estratégico

- ¿Por qué gestionar los riesgos estratégicos?
- Gestión del riesgo tradicional vs. Gestión del riesgo estratégico
- Análisis DOFA
- Análisis Estructural
- Taller: Contexto estratégico aplicado a una empresa de cada equipo

Formulación Estratégica

- Diseño del Modelo de Negocio
- Definición de la propuesta de valor
- Definición de misión y visión
- Definición de objetivos estratégicos
- Taller: Business Model - Canvas

Implementación estratégica

- El Balanced Scorecard y su diseño
- Conceptos de misión y visión
- Mapas estratégicos
- Diseño de iniciativas estratégicas
- Diseño de KPIS
- Plan de acción
- Caso – Taller: Crediamplo

Simulador para la toma de decisiones estratégicas

- Caso: Caso Swatch

EXPERTO FACILITADOR

IVÁN JOSÉ MOYA JIMÉNEZ

MBA en Gestión de Marketing, especialista en Gerencia de Mercadeo, Administrador de Empresas. Se ha desempeñado como gerente y director general de empresas como: Abbott, Roche, Sanofi, Biochem, Farho, ha lanzado más de 40 marcas al mercado Internacional, dirigido a equipos de más 200 asesores comerciales, autor del Libro "Pídalo" y "Estrategias comerciales". Es profesor invitado en México, U de Xochicalco, en Tijuana, Mexicali y Ensenada, El grupo ADEN en Argentina, Perú, Ecuador y Centro América. Fue reconocido como el mejor profesor de posgrados en la U Jorge Tadeo Lozano 2012 y en la U de Xochicalco, 2019.

CARLOS ALBERTO NIAMPIRA

~~Magister~~ **GUTIÉRREZ** en Administración, Especialista en Gerencia de Mercadeo y Administrador de Empresas de la Universidad de La Salle; curso el Advanced Management Program (AMP) Universidad ESADE – Pontificia Universidad Javeriana (España) 2012, participó del Programa Desarrollo Gerencial de la Universidad de los Andes. Certificate in Facilitating and Designing Workshops with the LEGO SERIOUS PLAY Method, for Trivium – Dinamarca, 2015. Es profesor de Postgrado y Conferencista Internacional de la Pontificia Universidad Javeriana, Sabana, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad del Rosario, Universidad Unilatina, Istmo (Panamá), Cámara de Comercio de Quito (Ecuador), IBM Lima (Perú), Winchester Supply (UK), Interact (Brasil).