

MANAGEMENT INTELLIGENCE



Titulación

ADMINISTRACIÓN, FARMACIA, MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA,
DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (sistema escolarizado)

OBJETIVO

El participante desarrollará estrategias innovadoras para alcanzar el ideario organizacional, desde el planteamiento de objetivos hasta la implementación de un plan de negocios, que consideren el impacto de las Tecnologías de Información en la actualidad

DIRIGIDO A

Profesionistas de distintas áreas del conocimiento; personal labore en dirección y gestión estratégica o que desee emprender un nuevo negocio.

DURACIÓN

240 horas

CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo I. Conceptos y métodos de administración estratégica

- 1.1 Estrategia
- 1.2 Modelo de administración estratégica
- 1.3 Planeación y tipos de planeación
- 1.4 Desarrollo de una visión y una misión estratégica
- 1.5 Establecimiento de objetivos estratégicos
- 1.6 Unidades de negocio, indicadores críticos de éxito
- 1.7 Líneas de producto
- 1.8 Modelos y estrategias de negocios en la era de Internet

Módulo II. Administración de proyectos

- 2.1 Definición de administración de proyectos

- 2.2 Definición del proyecto
- 2.3 Planeación de la infraestructura
- 2.4 Planeación del proyecto
- 2.5 Administración del proyecto

Módulo III. Los mapas estratégicos y el *balance scorecard*

- 3.1 Mapas estratégicos
 - 3.1.1 Tipos de mapas estratégicos
 - 3.1.2 Procesos de creación de valor
 - 3.1.3 Adaptación del mapa estratégico a la estrategia
 - 3.1.4 Planeación de la campaña
- 3.2 *Balance scorecard*
 - 3.2.1 La medición y la gestión en la era de la información
 - 3.2.2 La importancia del *balance scorecard*
 - 3.2.3 La perspectiva financiera

Módulo IV. Estrategias en la empresa

- 4.1 Cómo ganar el derecho de triunfar
- 4.2 La nueva era de la estrategia: una visión personal de Michael Porter
- 4.3 Análisis industrial y competitivo
- 4.4 Proceso de diseño y entrega de la propuesta de valor
- 4.5 Estrategia y ventaja competitiva
- 4.6 Tipos de estrategia
- 4.7 La estrategia del Océano Azul

Módulo V. Marketing

- 5.1 Concepto de marketing
- 5.2 *Marketing mix*
- 5.3 Estrategias de producto
- 5.4 Estrategias de precio
- 5.5 Estrategias de canales de distribución
- 5.6 Estrategias de comunicación
- 5.7 Segmentación de mercados
- 5.8 CRM (*Customer Relationship Management*)
- 5.9 SCM (*Supply Chain Management*)
- 5.10 El pronóstico de ventas
- 5.11 Plan estratégico de Marketing

Módulo VI. Finanzas

- 6.1 Concepto de finanzas
- 6.2 Valor del dinero en el tiempo
- 6.3 Estados financieros
- 6.4 Análisis de riesgo y rendimiento
- 6.5 Valores de renta fija
- 6.6 Los presupuesto
- 6.7 Costo de capital
- 6.8 Fuentes de financiamiento
- 6.9 Tasa interna de retorno
- 6.10 Retorno sobre la inversión
- 6.11 Plan financiero

Módulo VII. Las Tecnologías de Información y su importancia estratégica para la empresa del Siglo XXI

- 7.1 El impacto de las TIC´s en la actualidad
- 7.2 El modelo de negocios digital
- 7.3 *e-commerce*
- 7.4 *e-business*
- 7.5 *Enterprise Resource Planning* (ERP)
- 7.6 *Customer Relationship Management* (CRM)
- 7.7 *Supply Change Management* (SCM)
- 7.8 *Business Intelligence* (BI)
- 7.9 *Knowledge Management* (KM)
- 7.10 Redes sociales
- 7.11 Estrategias

Módulo VIII. Plan de negocios

- 8.1 Qué es un plan de negocios
- 8.2 Modelo de negocios
- 8.3 Descripción del negocio
- 8.4 Información del mercado
- 8.5 Información financiera

RESPONSABLE ACADÉMICO

Mtro. Luis Roberto Guanes García


REQUISITOS

- Llenar formato de registro
- Constancia de estudios o título
- Carta motivos
- CV con fotografía
- Pago

INVERSIÓN

Pago único	Pago diferido
\$20,670.00	\$22,960.00

Módulo	Horas	Parcialidades
1-2	80	\$5,740.00
3-4	80	\$5,740.00
5-6	80	\$5,740.00
7-8	80	\$5,740.00
Total	240	\$22,960.00

 Solicita la ficha de depósito para concretar el pago. Lo puedes realizar desde BBVA en ventanillas, practicajas o la APP (pago de servicios).

