

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de El Plan Estratégico de la empresa: Elaboración, Planificación y puesta en marcha

→ Metodologías prácticas para elaborar y planificar la estrategia y las operaciones a ejecutar para alcanzar el éxito en su empresa.




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



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

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



Presentación

El plan estratégico en una empresa constituye la base de su planificación a un medio / largo plazo.

En un entorno como el que todas las empresas viven con cambios, a veces dramáticos, en ámbitos como la competencia, el desarrollo tecnológico o el propio impulso del consumidor como elemento central del mercado, la planificación estratégica, es decir, lo que una empresa pretende ser y como se va a llevar a cabo, se constituye en la base que puede garantizar un positivo futuro acompañado de un crecimiento y su consecuente rentabilidad adecuados, y todo ello combinado con un nivel de riesgo óptimo.

En este estratégico escenario, la Dirección General tiene un papel decisivo ya que en su figura se centra no solo la dirección de la reflexión estratégica, sino la facultad única para detallar la esencia de la empresa, lo que la va a definir, así como sus estrategias corporativas.

En este curso vamos a ver los elementos más importantes de un plan estratégico, cuáles son sus fases de elaboración, las herramientas, técnicas e instrumentos más usados en cada una de las fases, cómo traducirlo o transformarlo en planes de acción y acciones y cómo calcular, con ayuda de la herramienta informática Excel, los estados financieros previsionales.

La Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

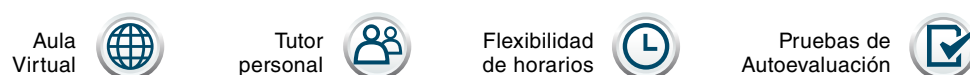
- ➔ La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- ➔ Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- ➔ Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- ➔ Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso **EL PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA: ELABORACIÓN, PLANIFICACIÓN Y PUESTA EN MARCHA** tiene una duración de 80 horas distribuidas en 5 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 5 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

En el primer módulo se inicia además un caso práctico que acompañará al alumno hasta el final del curso y en el que se trabaja cómo construir un archivo de Excel con el que poder:

- Confeccionar los estados financieros de su plan estratégico para 10 años.
- Controlar todos los KPI que decida crear derivados de su CMI.
- Estresar su modelo para conocer hasta dónde puede llegar.
- Calcular las necesidades financieras que hagan posible la puesta en marcha de su plan estratégico.

Curso Bonificable



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Qué es un Plan Estratégico y por qué es tan importante en la empresa.
- Cuáles son las fases principales en su elaboración.
- Qué factores determinan el éxito o no de una planificación estratégica.
- Por qué es imprescindible elaborar un Plan Estratégico. Quién debe hacerlo.
- Cómo realizar un análisis externo e interno de la empresa utilizando herramientas como el análisis de PESTEL, las 5 fuerzas de PORTER o el análisis de la cadena de valor.
- Cómo redactar la misión, visión y los valores estratégicos usando herramientas como los tres ejes de ABELL y el Ying-Yang de la visión empresarial.
- Qué es y cómo podemos elaborar una matriz de posición competitiva.
- Cómo concretar objetivos estratégicos con los que conseguir una ventaja competitiva para la empresa.
- El estudio y aplicación de instrumentos base como el CMI (Cuadro de Mando Integral) y la mejora continua con los cuales conseguir trasladar las decisiones estratégicas a planes de acción.
- Cómo crear un sistema Excel que nos permita aglutinar la información del plan estratégico, elaborar los estados financieros consecuente, estresar el modelo y analizar las desviaciones.

Un buen plan estratégico puede hacerte descubrir lo mejor de tu organización y poner las pautas para temas e ideas futuras.

Dirigido a:

Directivos, Mandos y Técnicos con responsabilidades en la gestión de la empresa que deseen alcanzar mayores niveles de eficacia, así como a otros directivos o responsables que quieran adquirir una visión de conjunto del potencial y características de la gestión de los planes estratégicos de la empresa.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. Introducción a los conceptos alrededor del plan estratégico

10 horas

En la actualidad, las empresas tienen que adaptarse a gran velocidad a numerosos cambios contando con el desarrollo de instrumentos y herramientas que han ayudado a la toma de decisiones estratégicas.

Este primer módulo del curso desarrolla los principales conceptos que alrededor de nuestro plan estratégico nos podemos encontrar para así distinguirlos e entender su significado e implicaciones.

1.1. Introducción conceptual:

1.1.1. Qué es una estrategia:

1.1.1.1. Ventaja competitiva.

1.1.1.2. ¿Cuándo una decisión es estratégica?

1.1.2. Del pensamiento estratégico al plan estratégico.

1.1.3. Resumen.

1.2. Definición de un plan estratégico:

1.2.1. Definición.

1.2.2. Por qué elaborar un plan estratégico (P.E.).

1.2.3. Quién debe elaborar el P.E.

1.2.4. Horizonte de planificación.

1.2.5. Peligros de la planificación estratégica.

1.2.6. Resumen.

1.3. Factores que impactan en la planificación estratégica:

1.3.1. El círculo de la decisión estratégica.

1.3.2. Tamaño de la empresa.

1.3.3. El Plan de Marketing en el proceso de planificación.

1.3.4. Otros factores que impactan en la planificación estratégica.

1.3.5. Una estrategia con éxito.

1.3.6. Resumen.

1.4. Fases de elaboración de un plan estratégico:

1.4.1. Enunciado de las fases.

1.4.2. Tipos de planes estratégicos.

1.4.3. Algunas recomendaciones.

1.4.4. Resumen.

1.5. Apéndice práctico:

1.5.1. Principales rasgos de nuestra empresa.

Contenido del curso

→ MÓDULO 2. Análisis y diagnóstico estratégico (Fase 1)

15 horas

Las estrategias y el pensamiento estratégico no pueden surgir de la nada, deben responder al entorno del negocio. Es esta razón la que explica la importancia, por un lado, y la obligatoriedad, por otro, de realizar un análisis de la situación general de la empresa.

2.1. Análisis externo general:

2.1.1. ¿Qué se debe analizar?

2.1.1.1. El análisis del entorno general en una empresa exportadora.

2.1.2. Herramientas para el análisis externo:

2.1.2.1. PESTEL.

2.1.2.2. Análisis de escenarios.

2.1.3. Resumen.

2.2. Análisis externo sectorial:

2.2.1. Qué debemos analizar en este apartado.

2.2.2. Herramienta principal de análisis sectorial: 5 fuerzas de Porter

2.2.2.1. Nuevos entrantes. Barreras de entrada.

2.2.2.2. El poder de negociación de los clientes.

2.2.2.3. El poder de negociación de los proveedores.

2.2.2.4. El poder de los productos sustitutivos.

2.2.2.5. Rivalidad entre competidores.

2.2.3. Análisis de los grupos estratégicos.

2.2.4. Resumen.

2.3. Análisis interno:

2.3.1. Qué factores debemos analizar.

2.3.2. Herramientas para el análisis interno:

2.3.2.1. Perspectiva basada en los recursos.

2.3.2.2. Análisis de la cadena de valor.

2.3.3. Resumen.

2.4. Diagnóstico de la situación. Fin de la fase I:

2.4.1. Análisis DAFO.

2.4.2. Análisis CAME.

2.4.3. Matriz de posición competitiva:

2.4.3.1. Factores claves o críticos de éxito.

2.4.4. Resumen.

2.5. Apéndice práctico módulo 2:

2.5.1. Análisis externo general y sectorial.

Contenido del curso

2.5.2. Análisis interno.

2.5.3. Diagnóstico.

→ MÓDULO 3. Decisiones estratégicas

15 horas

La misión, visión y valores de la organización constituyen el núcleo central de la estrategia. La razón de ser de la organización, la manera cómo se quieren hacer las cosas y dónde se aspira a llegar.

3.1. Misión, visión y valores:

3.1.1. Misión.

3.1.2. Visión.

3.1.3. Valores estratégicos.

3.1.4. Resumen.

3.2. Objetivos estratégicos:

3.2.1. Definición y características.

3.2.2. Consideraciones.

3.2.3. Resumen.

3.3. Decisiones estratégicas. Las estrategias:

3.3.1. Tipos de estrategias.

3.3.2. Definición de negocio.

3.3.3. Estrategia de cartera (de negocios):

3.3.3.1. Matriz de posición competitiva.

3.3.3.2. Matriz de crecimiento-participación (Boston Consulting Group) – BCG.

3.3.3.3. Matriz de dirección de crecimiento de ANSOFF.

3.3.3.4. Qué herramienta usar.

3.3.4. Resumen.

3.4. Estrategia competitiva y crecimiento. Estrategias funcionales:

3.4.1. Estrategia competitiva genérica:

3.4.1.1. Liderazgo en costes.

3.4.1.2. Diferenciación.

3.4.1.3. Focalización o concentración en un segmento o nicho.

3.4.1.4. Consideraciones a la estrategia competitiva genérica.

3.4.2. Estrategias de crecimiento.

3.4.3. ¿Una estrategia de crecimiento interno o externo?

3.4.4. Estrategias funcionales.

3.4.5. Resumen.

Contenido del curso

3.5. Apéndice práctico:

- 3.5.1. Misión, visión, valores.
- 3.5.2. Objetivos estratégicos.
- 3.5.3. Estrategias corporativas.
- 3.5.4. Estrategias funcionales.

→ MÓDULO 4. Implantación de las estrategias

10 horas

Los planes de acción son los instrumentos a partir de los cuales podemos medir el éxito o no de la implementación de las medidas que nos lleven a los objetivos emanados del plan estratégico para, al final, poder aprender y mejorar.

4.1. Planes de acción:

- 4.1.1. Características y elementos de los planes de acción.
- 4.1.2. Matriz de priorización.
- 4.1.3. Presupuesto y cuenta de explotación previsional.
- 4.1.4. Resumen.

4.2. Herramientas de apoyo:

- 4.2.1. Mejora continua. Metodología PDCA.
- 4.2.2. Cuadro de Mando Integral:
 - 4.2.2.1. Qué es el CMI.
 - 4.2.2.2. Cómo diseñar el Cuadro de Mando Integral.
 - 4.2.2.3. Mapa estratégico.
 - 4.2.2.4. Indicadores del CMI.
 - 4.2.2.5. Áreas o perspectivas.
 - 4.2.2.6. Construcción del Cuadro de Mando Integral.
- 4.2.3. Resumen.

4.3. Apéndice práctico:

- 4.3.1. Despliegue de objetivos.
- 4.3.2. Planes de acción.
- 4.3.3. Matriz de priorización.
- 4.3.4. Presupuesto de planes de acción.
- 4.3.5. Cronograma.
- 4.3.6. Control y mejora.

Contenido del curso

→ MÓDULO 5. Aplicación del Excel al entorno del plan estratégico

30 horas

En este módulo vamos a ir desgranando tres archivos de Excel con los cuales podemos acompañar y enriquecer el proceso del plan estratégico: archivo de interno y externo del plan estratégico, plan estratégico 10 años y análisis estratégico 10 años.

5.1. Seguimiento del plan estratégico con Excel:

- 5.1.1. Sección 1. AN (Análisis Previo).
- 5.1.2. Sección 2. OBJ (Objetivos Corporativos).
- 5.1.3. Sección 3. EST (Estrategias).
- 5.1.4. Sección 4. P. AC (Planes de Acción).
- 5.1.5. Sección 5. C.A (Chequeo y Mejora).
- 5.1.6. Resumen.

5.2. Plan estratégico 10 años:

- 5.2.1. Hojas de color negro e IND:
 - 5.2.1.1. Ind.
 - 5.2.1.2. Hoja K1.
 - 5.2.1.3. Hoja KV.
- 5.2.2. Hojas de color lila:
 - 5.2.2.1. VTAS.
 - 5.2.2.2. Stocks.
 - 5.2.2.3. Aux.
 - 5.2.2.4. RH's.
 - 5.2.2.5. INV.
 - 5.2.2.6. L. Fin.
- 5.2.3. Hoja de color amarillo.
- 5.2.4. Hoja color verde oscuro (año 2016).
- 5.2.5. Hojas colores verde claro y rojo.

5.3. Análisis estratégico 10 años:

- 5.3.1. Indicadores financieros.
- 5.3.2. Indicadores económicos.
- 5.3.3. Resultados sensibilidad.
- 5.3.4. VTAS – M.B.
- 5.3.5. GF Fin.
- 5.3.6. Break Even.
- 5.3.7. RENT INV.
- 5.3.8. Resumen.



Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso El Plan Estratégico de la empresa: Elaboración, Planificación y puesta en marcha han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Alberto López Sayas

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Máster en Dirección Administrativa Financiera y consultor de Pymes, cuenta con amplia experiencia como Director Financiero en empresas del sector industrial.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en El Plan Estratégico de la empresa: Elaboración, Planificación y puesta en marcha**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

