



ADEN

International
Business School

Especialización
Online en
**Gestión
Estratégica
de los
Negocios**

GW

School of Business

**THE GEORGE
WASHINGTON
UNIVERSITY**

WASHINGTON, DC





Especialización Online en **Gestión Estratégica de los Negocios**

Las tareas de crear, implantar y ejecutar la estrategia de la compañía constituyen el corazón y el alma de la administración de una empresa de negocios. La estrategia de una compañía es el plan de acción que tiene la administración para posicionar a la empresa en la arena de su mercado, conducir sus operaciones, competir con éxito, atraer y satisfacer a los clientes y lograr los objetivos de la organización. La estrategia consiste en toda una variedad de medidas competitivas y enfoques de negocios que emplean los administradores en el manejo de una compañía.

Vivimos una nueva era. En lo político, en lo social, en lo tecnológico, y en los negocios. Sin modismos, ni retóricas, sino esencialmente con la capacidad de entender la realidad y con el idealismo necesario para recrear las diferencias continuas que permitirán sobrevivir dinámicamente.

Es hora de volver a la estrategia. Así, pura y simple, y compleja, como todo lo que tiene que ver con el comportamiento humano. Es hora de volver al qué y para que, más allá del “cómo”, tan estandarizado e imitado. Volver a la estrategia es la responsabilidad de quienes se dicen líderes, por exploradores y provocativos. Esa es la esencia del mensaje: Cómo promover y mantener el equilibrio entre el caos y el orden para sobrevivir dinámicamente en una nueva era normal que está para quedarse, hasta el fin de nuestros días.

Objetivos de Transferencia

Al final el curso, el participante habrá alcanzado los siguientes objetivos de transferencia:

- Conocer los conceptos y términos necesarios para interactuar de manera colaborativa con la creación de una estrategia para la organización.
- Enfocar la organización en la estrategia más apropiada de acuerdo a las perspectivas del entorno.
- Adoptar una actitud proactiva frente a la ambigüedad e incertidumbre.
- Incorporar el pensamiento estratégico a la gestión de la organización.
- Incorporar los conocimientos para entender la diferencia entre Estrategia, Gestión y Táctica.





Perfil del Participante

Profesionales que participen en el análisis, el planeamiento y la toma de decisiones estratégicas, o que con sus decisiones impacten en los resultados de la empresa.

Modelo de aprendizaje experiencial

Se ha desarrollado un modelo pedagógico de aprendizaje interactivo denominado MODELO PERICLES DE TRANSFERENCIA que viabiliza la transferencia de los conocimientos adquiridos al puesto de trabajo con un enfoque eminentemente práctico y que se desarrolla en una Comunidad Virtual interactiva.

El motor principal del proceso enseñanza aprendizaje está dado por un contexto en donde el alumno es desafiado constantemente, motivado y acompañado a través de una interactividad constante con los especialistas a cargo de cada tema en la Comunidad Virtual.

Los participantes al ingresar a la plataforma deben ocuparse semanalmente de las siguientes actividades:

- Analizar las lecturas y realizar las actividades de investigación y desarrollo vinculadas a ellas.
- Analizar el material multimedia y responder los cuestionarios asociados.
- Estudiar los casos prácticos propuestos y proponer las soluciones.
- Intervenir en los foros aportando opiniones con fundamento teórico y práctico.
- Interactuar con los compañeros de grupo, tomar decisiones y aplicarlas en el simulador.
- Participar en las videoconferencias integradoras y talleres virtuales con especialistas.

La interacción docente/alumno o alumno/alumno ha sido planteada en forma sincrónica a través de webinar y asincrónica en lo virtual, es decir que profesores y alumnos pueden o no coincidir en el horario de ingreso a la plataforma y de igual manera interactuar en forma constante sin dejar de resolver la totalidad de las consultas.





Certificaciones

The George Washington University, School of Business otorgará certificado de **Specialization in Strategic Business Management** (^) a quienes completen el plan de estudio y superen las evaluaciones previstas.

School of Business

**THE GEORGE
WASHINGTON
UNIVERSITY**

WASHINGTON, DC

(^) Certificados de Educación Continua que no implica título ni grado, a ser emitido por School of Business, Goerge Washington University en Washington DC, USA.

Contenidos

MÓDULO 1: ESTRATEGIA COMPARTIDA Y CULTURA CONSOLIDADA

¿Cuál estrategia? Análisis y definición. Estrategia corporativa y de las Unidades de Negocio. De la evaluación a la acción. Manos a la Obra. La hora de la implementación y liderazgo.

MÓDULO 2: ENTENDER MÁS QUE SABER. LA DECISIÓN ESTRATÉGICA

Punto de partida. Estrategias y posturas. ¿Por qué necesitamos una Estrategia? Análisis externo. Condicionantes y factores críticos de éxito. La naturaleza de la ventaja competitiva. Mirada interna. El valor y sus referentes.

MÓDULO 3: LA POSTURA DEFINE LA INTENCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Objetivos. Desafíos para la implementación. Responsabilidad de la Empresa en la Sociedad como estrategia. Modelos a seguir. Responsabilidad en la Cadena de Valor.

MÓDULO 4: EL CONTROL Y LOS OTROS AGENTES DE GENERACIÓN DE VALOR

Cómo controlar. BSC, estrategia y activos intangibles. Modelos exitosos y herramientas. Estrategia e Internet. Cómo evaluar el impacto de la red en la estrategia. El entorno feroz y el valor desde la red Innovación Estratégica. El proceso de adaptación y cómo interpretar la innovación en la estrategia.

MÓDULO 5: MARKETING Y OPORTUNIDADES

Realidad competitiva y consumo. La realidad del contexto competitivo. La perspectiva y el futuro. Marketing 101. Los nuevos consumidores. Reconocimiento del consumidor y estrategia de creación del valor. Las redes sociales. La matriz propone cuatro cuadrantes. Segmentación del mercado. Segmentación vincular. Segmentación digital. PIMS - Profit Impact Market Strategy. Críticas. Balance de producto y mercado. Portafolio de productos en la matriz BCG. La importancia de la Intangibilización.





www.aden.org

