

# ESTRATEGIA EMPRESARIAL

MODALIDAD TELEFORMACIÓN

HORAS: 55

## Objetivos

- Adquirir los conocimientos necesarios para comprender y aplicar los determinantes del marketing.
- Adquirir una visión amplia de las diversas funciones que se desarrollan en la empresa y del lugar que el marketing ocupa en dichas funciones.
- Conocer las técnicas de implantación de los métodos operativos y los medios de control.
- Conocer los instrumentos del marketing y su influencia en la venta.
- Conocer los principios, fundamentos y conceptos del marketing.
- Adquirir conocimiento de las modalidades del marketing y rasgos diferenciales.
- Conocer las actividades que se llevan a cabo desde la Dirección de marketing.
- Conocer diferentes herramientas que se emplean y las oportunidades que ofrecen a las organizaciones.
- Conocer los principales conceptos y elementos del marketing estratégico, así como los beneficios que puede obtener la empresa con su aplicación.
- Adquirir conocimiento sobre los diferentes enfoques entre los que puede optar la empresa en su orientación hacia el mercado.
- Aprender a manejar las oportunidades que brinda el marketing para ubicar a la empresa en la posición pretendida.
- Conocer las características generales del marketing internacional y saber de las diferentes técnicas de penetración en mercados extranjeros.
- Aplicar estrategias de Marketing Mix.
- Aplicar técnicas de Marketing Directo y Marketing Relacional.
- Capacitar en conocimientos sobre la gestión de stock y la rentabilidad de los productos.
- Conocer el porqué de la animación de productos en el punto de venta.
- Conocer la importancia de la comunicación y las relaciones públicas.
- Diferenciar los tipos de promociones que existen.
- Dominar los elementos y conceptos del Marketing aplicado a la empresa.

# CONTENIDOS

- **Cuestionario de Evaluación Inicial**
- **MÓDULO 1: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**
  - TEMA 1. Competitividad y management estratégico
  - TEMA 2. Organización y estructura estratégica
  - TEMA 3. Análisis del entorno general de la empresa y el entorno específico
  - TEMA 4. Diagnóstico interno y diagnóstico estratégico
  - TEMA 5. Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial
  - TEMA 6. Herramientas estratégicas de gestión
  - *Actividades Adicionales y Refuerzo*
- **Cuestionario Intermedio 1**
- **Cuestionario Intermedio 2**
- **HORAS MÓDULO 1: 25 horas**

## CONTENIDOS

- **MÓDULO 2: BALANCED SCORECARD: CUADRO DE MANDO INTEGRAL** TEMA 1. Introducción al cuadro de mando integral
- TEMA 2. Las perspectivas del cuadro de mando integral
- TEMA 3. El cuadro de mando integral como instrumento para implantar la estrategia en la empresa
- TEMA 4. Implantación de un programa de gestión de cuadro de mando integral
- TEMA 5. Indicadores y ratios
- TEMA 6. Aplicaciones informáticas para la elaboración del cuadro de mando integral
- *Actividades Adicionales y Refuerzo*
- **Cuestionario Intermedio 3**
- **HORAS MÓDULO 2: 10 horas**

## CONTENIDOS

- **MÓDULO 3: RESPONSABILIDAD SOCIAL**
- TEMA 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
- TEMA 2. ORGANISMOS INTERNACIONALES Y BUENAS PRÁCTICAS EN RSE
- TEMA 3. ESTÁNDARES INTERNACIONALES Y SISTEMAS DE GESTIÓN
- TEMA 4. CASOS DE ÉXITO EN LA IMPLANTACIÓN DE POLÍTICAS DE RSE
- TEMA 5. SITUACIÓN ACTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
- TEMA 6. EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y MEDIOAMBIENTE
- TEMA 7. FUTURO Y TENDENCIAS
- *Actividades Adicionales y Refuerzo*
- **Cuestionario Intermedio 4**
- **Cuestionario Intermedio 5**
- **HORAS MÓDULO 3: 20 horas**
- **Cuestionario de Evaluación Final**