

Diplomado en Dirección y Desarrollo de Negocios

Coordinador académico: M.A. Carlos R. Medina Turon

Objetivo general

Preparar a los participantes en las principales áreas de la dirección y administración de negocios e instituciones, así como en el desarrollo de proyectos de negocio, con los conocimientos y las herramientas que se ofrecen en los módulos del diplomado.

¿A quién va dirigido?

Directores, gerentes, emprendedores, líderes de áreas clave de negocios, responsables de administrar y gestionar con eficacia y eficiencia los recursos valiosos de empresas e instituciones.

Orientación

Desarrollar las competencias de los participantes en la administración del valor agregado y la conducción de los negocios actuales.

Beneficios

1. Actualizar, desarrollar y mejorar herramientas prácticas clave para la administración, conducción y liderazgo en la empresa moderna.
2. Seguir un enfoque modular que se guía por la cadena de generación de valor agregado. Los participantes trabajan con un esquema integral que se refleja finalmente en el plan de negocio.
3. Convivir con personas de intereses y responsabilidades similares, para enriquecer y compartir ideas y soluciones.
4. Reforzar el enfoque estructurado y profesional que los participantes deben imprimir en la empresa, según criterios modernos.
5. Proporcionar a quienes se ven ante el reto a veces inesperado de aprender a administrar y dirigir negocios o áreas clave una plataforma integral básica sobre la cual pueden desarrollar sus actividades de dirección.

Metodología

1. El diplomado combina teorías avanzadas con prácticas exitosas de administración y conducción de empresas.

2. El método principal de aprendizaje consiste en la discusión entre los participantes de problemas y asuntos característicos de las empresas en situaciones reales, así como las posibles soluciones. El profesor del módulo actúa como facilitador.
3. Se pone el acento en la preparación de decisiones ejecutivas basadas en análisis situacionales y en su presentación escrita y verbal.
4. Los participantes trabajan tanto de manera individual como en equipos de discusión.
5. En el último módulo, se prepara un plan integral de negocios.

Módulo I

MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA

Objetivos

1. Profundizar en la importancia de satisfacer las necesidades del mercado como objetivo estratégico de la empresa. Analizar el entorno y definir las políticas clave de la mercadotecnia adecuadas para cada elemento de la mezcla comercial ampliada, incluyendo el manejo de marcas.
2. Proporcionar metodologías actualizadas para el planteamiento y desarrollo de estrategias de atracción, orientadas por las necesidades, deseos y expectativas del cliente. Los participantes aprenderán el proceso de mercadotecnia y su conversión en un plan de mercadotecnia operable.

Temario

1. Conceptos básicos de la mercadotecnia
 - ¿Mercadotecnia o ventas?
2. Análisis del medio ambiente de la mercadotecnia
 - 2.1 Nuevas condiciones del mercado
 - 2.2 Variables controlables y no controlables
3. Proceso clave de mercadotecnia
 - 3.1 Investigación de mercados
 - 3.1.1 Hacer o no hacer investigación de mercado
 - 3.1.2 Investigación de mercados
 - 3.1.3 Comportamiento del consumidor
 - 3.2 Segmentación de mercados
 - 3.2.1 Variables de segmentación
 - 3.2.2 Elección de mercados meta
 - 3.3 Posicionamiento
 - 3.4 Mezcla comercial
 - 3.4.1 Producto
 - 3.4.1.1 Tangibles e intangibles
 - 3.4.1.2 Conceptos esenciales de marca
 - 3.4.2 Plaza
 - 3.4.2.1 Esquemas de distribución
 - 3.4.3 Precio
 - 3.4.3.1 Técnicas para fijación de precios

- 3.4.4 Promoción
 - 3.4.4.1 Técnicas promocionales
 - 3.3.4.2 Publicidad
- 4. Neuromarketing
- 5. El plan de mercadotecnia
 - 5.1. Despliegue y desarrollo
- 6. Sistemas de medición y control

Módulo 2

MEJORA E INNOVACIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIO

Objetivo

Analizar, con un enfoque integral de sistemas, los elementos necesarios para una administración profesional de los procesos de negocio, con la meta de satisfacer a los clientes. Profundizar en las técnicas, herramientas y modelos eficientes de mejora e innovación que garanticen la eficiencia y la eficacia de los procesos de la cadena de suministro de los negocios.

Temario

1. El enfoque de sistemas y los procesos
 - 1.1. ¿Qué son los sistemas de negocio?
 - 1.2. ¿Por qué su importancia en los negocios? ¿Para qué se estudian?
 - 1.3. El enfoque sistémico de las organizaciones
2. Procesos de negocio
 - 2.1. ¿Qué son los procesos de negocio?
 - 2.2. Concepto de flujo y la cadena de suministro
 - 2.3. Introducción al modelado de procesos
 - 2.4. Caso de estudio
3. Herramientas para el análisis de procesos, productos y servicios
 - 3.1. Ciclo de mejora
 - 3.2. *Gemba kaizen*
 - 3.3. Métricas
 - 3.4. Ejercicios
4. La mejora de procesos, productos y servicios
 - 4.1. Modelo de mejora e innovación
 - 4.2. Observar
 - 4.3. Medir
 - 4.4. Diagramar
 - 4.5. Estabilizar
 - 4.6. Lograr un flujo continuo en el proceso
 - 4.7. Estandarizar
 - 4.8. Mejoras incrementales
 - 4.9. Mejoras sustanciales
5. El plan de mejora de procesos para los negocios
 - 5.1. Despliegue integral
6. Resumen, reflexiones y conclusiones

Módulo 3

FINANZAS PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS

Objetivos

1. Proporcionar a los participantes los fundamentos y herramientas prácticas de análisis financiero para tomar decisiones que mejoren la posición de los negocios.
2. Aprovechar la información que generan los procesos contables de la empresa y el análisis de la estructura contable de una organización para mejorar los procesos de decisión.
3. Aprender a evaluar proyectos de inversión desde un punto de vista financiero.
4. Entender la creación básica de negocios desde el punto de vista financiero, jurídico y fiscal en México.

Temario

1. Fundamentos financieros
 - 1.1. Contabilidad
 - 1.2. Nif básicas
 - 1.3. Lfr básicas
2. Estados financieros
 - 2.1. Históricos
 - 2.2. Proyecciones financieras
 - 2.3. Proforma
 - 2.4. Modelos digitales para proyecciones financieras
3. Análisis financiero
 - 3.1. Razones, proporciones
 - 3.2. Tendencias
 - 3.3. Análisis de riesgos
 - 3.4. Casos de aprendizaje y refuerzo
4. Punto de equilibrio, VPN, VAN, EVA, EBITDA, periodo de recuperación, TIR para toma de decisiones, análisis de la contribución marginal

5. Principales aspectos en la creación de las entidades de negocio
 - 5.1. Sociedades mercantiles
 - 5.2. Requisitos jurídicos
 - 5.3. Requisitos fiscales
 - 5.4. Valores económicos para decisiones

6. Financiamiento
 - 6.1. Sistema financiero mexicano y extranjero
 - 6.2. Análisis de los modelos de financiamiento
 - 6.3. Líneas de fondeo
 - 6.4. Instituciones crediticias
 - 6.5. Mandatos
 - 6.5.1. Información financiera
 - 6.5.2. Contratos
 - 6.5.3. Garantías

7. Impuestos fundamentales
 - 7.1. Ley del ISR
 - 7.2. Ley del IVA
 - 7.3. Legalidades clave

8. Indicadores microeconómicos y macroeconómicos para la buena administración de los negocios

9. Trabajo final de aplicación práctica

Módulo 4

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DEL CAPITAL HUMANO EN LOS NEGOCIOS

Objetivos

1. Hacer conscientes a los participantes de la nueva función del área de capital humano en las empresas modernas como socio estratégico de negocios.
2. Analizar las principales responsabilidades del área, dotando a los participantes de una visión integrada práctica de la gestión de capital humano en la empresa.

Temario

1. Estrategia de capital humano en el enfoque de procesos de negocio
 - 1.1. Administración y el proceso del capital humano en la cadena de valor de las organizaciones. Cambios de los puestos de trabajo por procesos, automatización, robótica, inteligencia artificial
 - 1.2. Macrotendencias del capital humano: las organizaciones del futuro, talento, experiencia del empleado, cambios en modelo de liderazgo, digitalización del área de capital humano, diversidad, inclusión
 - 1.3. El capital humano como socio estratégico del negocio en la era digital
2. Atracción de talento
 - 2.1. Descripciones y perfiles
 - 2.2. Fuentes de búsqueda actuales y futuras
3. Administración del desempeño
 - 3.1. Evaluación del desempeño
 - 3.2. Potencial
 - 3.3. Matriz de talento
4. Retribución y reconocimiento
 - 4.1. Equidad interna
 - 4.2. Comparación con el mercado
5. Desarrollo de talento
 - 5.1. Competencias laborales
 - 5.2. Detección de necesidades
6. Cultura organizacional y compromiso del talento
 - 6.1. Valores y principios
 - 6.2. Medición de la satisfacción. Plan de acción
7. Proyecto final de aplicación práctica

Módulo 5

DIRECCIÓN Y POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

Objetivos

1. Adoptar una visión amplia y actualizada del proceso profesional en la gestión comercial, en el ámbito interno de la organización y en su actuación en los mercados meta.
2. Adquirir las herramientas para desarrollar o mejorar las habilidades de diseño de planes mediante el programa de los enfoques de la venta profesional.

Temario

1. Pensar y reflexionar estratégicamente
 - 1.1. Propósito del negocio
 - 1.2. Estrategia y visión de negocios
2. La estrategia comercial, motor de los negocios
 - 2.1. Análisis para la formulación de la estrategia comercial
 - 2.2. Estrategia competitiva
 - 2.3. La voz del cliente
3. Estrategias para participación en mercados internacionales
 - 3.1. Competencia y competencia global
 - 3.2. Tipos de estrategias internacionales
 - 3.3. Diferencia entre la estrategia multinacional y la estrategia global
4. La estrategia comercial en acción
 - 4.1. La ruta crítica de la venta exitosa
 - 4.2. Venta consultiva
 - 4.3. Venta emocional
5. Negociación eficaz
 - 5.1. Modelo de negociación eficaz
 - 5.2. Perfiles de compradores
 - 5.3. Estilos de negociación
 - 5.4. "Tarjetas de guerra"
 - 5.5. Ganar-ganar

Módulo 6

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y DE NEGOCIO

Objetivos

1. Desarrollar el pensamiento estratégico como proceso clave de la alta administración, para que la organización elabore su misión y su visión, los valores, sus objetivos estratégicos, las iniciativas estratégicas, sus mediciones de éxito y control y que ejecute de acuerdo con esos planes para posicionarse frente a los grupos de interés que la rodean.
2. Aprender las herramientas actualizadas para desarrollar los planes estratégicos y de negocio, enriquecidas con los conocimientos adquiridos en los cinco módulos anteriores y en la experiencia personal de cada participante.

Temario

1. Administración estratégica y sus componentes básicos
2. Modelo general de planeación estratégico-operativa
3. El pilar estratégico del negocio: misión, visión, valores
4. Las expectativas de los grupos de interés
5. La brecha estratégica
6. Clasificador por análisis DOFA
7. El macroambiente y el microambiente

8. La mejora continua de procesos
9. Matriz de Ansoff
10. Integraciones y diversificaciones
11. Análisis de portafolio
12. Medición y controles
13. El plan de negocio integral

Coordinador académico

Carlos R. Medina Turon

Es ingeniero químico por la Facultad de Química y maestro en Administración de Negocios por la Facultad de Comercio y Administración de la UNAM. Cuenta con especialidades en Mercadotecnia y Planeación por la Universidad Estatal de Pensilvania y Análisis de Inversiones por la Universidad de Texas, máster en Calidad Total y Mejora de Procesos por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, estrategia y operador de Procesos de Mejora Integral de Negocios con tecnologías Deming, Crosby, Ishikawa e Híbridas. Trabajó en Pemex Petroquímica y fue gerente y contralor de nuevos negocios en Celanese Mexicana, así como miembro del Consejo de las 16 afiliadas. Fue director general y secretario del consejo en el Grupo Industrias Químicas de México - Stauffer Chemical Co. En la División de Refrescos y Aguas Minerales del grupo Visa (hoy Femsa), ocupó el puesto de director corporativo de Calidad Total, Planeación Estratégica y Proyectos Especiales. Fue también vicepresidente de Comercialización en Gates Rubber de México y director general y secretario del consejo de administración del Centro de Desarrollo del Sistema Coca-Cola. Es socio fundador y consejero vitalicio de la Asociación Mexicana de Administración de Calidad Total Amacat, que presidió de 1992 a 1996, consejero de la Asociación Nacional de la Industria Química para óxidos, sales y ácidos inorgánicos y fundador y director general de la Turon Training and Consulting Network. Coordina el Diplomado en Dirección y Desarrollo de Negocios en el ITAM e imparte actualizaciones de planeación y pensamiento estratégico, innovación, calidad de servicio, administración de la cadena de suministro, gestión del conocimiento, calidad en menudeo, competencias laborales, mejora continua de negocios.