

Diplomado en DIRECCIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS

(Versión presencial)



Coordinador:
M.A. Carlos R. Medina Turon

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 Estratégica por la Universidad Estatal de Pensilvania y en Análisis de Inversiones por la Universidad de Texas; además, es Máster en Calidad Total y Mejora de Procesos por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad. Ha sido estratega y operador de procesos de mejora integral de negocios con metodologías Deming, Crosby, Ishikawa e híbridas. Trabajó en PEMEX Petroquímica y fue gerente y contralor de nuevos negocios en Celanese Mexicana, así como miembro de los Consejos de Administración de sus 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), se desempeñó como Director Corporativo de Calidad Total, Planeación Estratégica y Proyectos Especiales. Fue Vicepresidente de Comercialización en Gates Rubber Co. de México y Director General y Secretario del Consejo de Administración del Centro de Desarrollo de Estrategias del Sistema Coca-Cola. Fue 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 (ANIQ) 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, Conferencias y Consultoría sobre Planeación y Pensamiento Estratégico, Innovación Estratégica de Negocios, Administración de la Cadena de Suministro, Gestión del Conocimiento, Calidad total y Mejora Continua de Negocios.

Objetivo General:

Preparar a los participantes para dirigir y administrar negocios e instituciones con una visión integral, fortaleciendo sus Competencias para diseñar, Organizar, ejecutar, desarrollar y dar seguimiento a proyectos de negocio mediante los conocimientos y las herramientas prácticas ofrecidas en los diversos módulos del diplomado.

Dirigido a:

Directores, Gerentes, emprendedores y líderes de áreas clave de negocio responsables de conducir y administrar, con efectividad y eficiencia, los recursos de empresas e instituciones.

Orientación:

- Desarrollar competencias para administrar el valor agregado, dirigir y conducir de manera efectiva los negocios actuales.

- Actualizar, desarrollar y fortalecer herramientas prácticas bien probadas, para la administración, la conducción y el liderazgo en la empresa contemporánea.

Beneficios:

- Visión integradora: el enfoque modular se guía por la cadena de generación de valor agregado y se refleja en un Plan Estratégico de Negocios.
- Intercambio de experiencias: convivencia virtual con participantes de distintos sectores y ubicaciones geográficas, lo que enriquece ideas y soluciones.
- Estructura y profesionalismo: refuerzo de un enfoque directivo estructurado, bajo criterios contemporáneos.
- Plataforma integral para quienes enfrentan el reto (a veces inesperado) de administrar y dirigir negocios o áreas clave, permitiéndoles desempeñarse con mayor seguridad.

Metodología:

- Combinación de teorías avanzadas con prácticas exitosas en la administración y conducción de empresas.
- Discusión guiada de problemas y asuntos típicos de la empresa, a partir de situaciones reales; el profesor del módulo actúa como facilitador.
- Énfasis en decisiones ejecutivas basadas en análisis situacional y en su presentación escrita y verbal.
- Trabajos individuales y por equipos de discusión.
- Cierre del diplomado con la elaboración de un Plan Estratégico de Negocios en el último módulo.

Módulo 1: Mercadotecnia Estratégica para Negocios

Objetivo:

Fortalecer en los participantes una visión estratégica de la Mercadotecnia contemporánea para competir y crecer: desde la comprensión del cliente y el análisis del entorno, hasta la definición de posicionamiento, segmentación y propuesta de valor, integrando herramientas para diseñar, ejecutar y dar seguimiento a un plan operativo de marketing medible y orientado a resultados.

Temario:

1. Mercadotecnia y estrategia de negocio

- Importancia de la mercadotecnia en la estrategia empresarial.
- Conceptos fundamentales de mercadotecnia.
- Enfoque de mercadotecnia vs. enfoque de ventas.
- Evolución del marketing: del marketing masivo al marketing digital (incluyendo apoyo con herramientas de IA).

2. Comportamiento del consumidor

- ¿Por qué compramos?
- Economía conductual aplicada al marketing.
- Razón vs. emoción en la decisión de compra.
- Neuromarketing.

3. Análisis del mercado y del entorno

- Identificación y análisis de oportunidades de mercado.
- Análisis del entorno (PESTEL).
- Entorno industrial: cinco fuerzas de Porter.
- Análisis interno de la empresa y sus valores.

4. Tipos de marketing y su rol en la empresa

- Marketing estratégico, operativo y administrativo.
- Marketing estratégico:
 - Paradigmas para servir mercados.
 - “Guerra” competitiva de la mercadotecnia.
 - Posicionamiento.
 - Responsabilidad de mercadotecnia dentro de la estrategia empresarial.
- Marketing operativo:
 - Proceso de mercadotecnia.
 - Desarrollo del mix comercial.
 - Diseño de propuesta de valor.
- Marketing administrativo:
 - Plan administrativo de mercadotecnia.

5. Estrategias de crecimiento

- Penetración de mercados.
- Desarrollo de mercados.
- Desarrollo de productos.
- Diversificación.

6. Proceso de mercadotecnia y ejecución

- Investigación de mercados.
- Segmentación y selección de mercados.
- Posicionamiento.
- Marketing Mix: de las 4P a las 4E.
- Plan de Marketing
- Seguimiento y control del plan de Marketing.

Módulo 2: Mejora e Innovación de Procesos de Negocio

Objetivo:

Adquirir criterios y herramientas para diagnosticar, mapear y rediseñar procesos de negocio, incorporando enfoques Lean, metodologías ágiles y soluciones digitales con IA, con el fin de elevar eficiencia, calidad, experiencia del cliente y control de desempeño.

Temario:

1. Fundamentos para la gestión por procesos

- Antecedentes.
- Enfoque de sistemas.
- Factores de motivación.
- Preguntas fundamentales para el análisis de procesos.
- Caso de aplicación y uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA).

2. Procesos de negocio: conceptos y modelado

- Definición de proceso de negocio.
- Componentes de un proceso.

- Modelado y estados del proceso.
- Herramientas para modelado de procesos.
- Incorporación de IA en el modelado de procesos.

3. Mejora de procesos

- Flujo de servicio.
- El concepto de “mejora para bien”.
- Mapa de flujo de valor (VSM).
- Caso de estudio con aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial (IA).

4. Lean Enterprise

- Lean como estrategia empresarial.
- La organización que aprende.
- Liderazgo efectivo.

5. Innovación de procesos

- Introducción a enfoques ágiles.
- Modelos para la innovación de procesos.
- Aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial (IA).
- en la innovación de procesos de negocio.

Módulo 3: Administración Estratégica del Capital Humano en los Negocios

Objetivo:

Desarrollar capacidades para alinear la estrategia de Capital Humano con los objetivos del negocio, fortalecer la atracción, desarrollo y retención del talento, y gestionar desempeño, compensación, cultura y cambio.

Temario:

1. Retos de un mundo cambiante

- Transformaciones del entorno organizacional.
- Nuevas formas de organización.
- Nuevo perfil de líderes y colaboradores.
- Administración integral del talento (ciclo completo): atracción, reclutamiento, selección, contratación, desarrollo y retención.
- Tendencias globales, tecnológicas y de mercado: employer branding y responsabilidad social corporativa.
- Bienestar y experiencia del empleado: desempeño, satisfacción, salud y desarrollo profesional (incluye NOM-035).

2. Digitalización e Inteligencia Artificial en Capital Humano

- Digitalización de procesos de RH.
- Usos y aplicaciones de Inteligencia Artificial para la gestión del Talento.

3. Gestión del cambio organizacional

- Cultura organizacional.
- Resistencia al cambio y cómo gestionarla.
- Gestión estratégica del cambio.

4. Atracción e integración del Capital humano

- Reclutamiento y selección.
- Contratación e inducción.
- Desarrollo y retención.

5. Desarrollo de competencias

- Detección de necesidades.
- Proceso y métodos de formación.
- Evaluación de resultados.

6. Compensación y desempeño

- Análisis, descripción y valuación de puestos.
- Remuneración, beneficios y esquemas de compensación atractivos.
- Gestión del desempeño.

7. Habilidades directivas clave

- Trabajo en equipo.
- Liderazgo.
- Creatividad e innovación.

Módulo 4: Finanzas para la Toma de Decisiones Estratégicas

Objetivo:

Interpretar la información financiera con un enfoque ejecutivo, evaluar rentabilidad y riesgos, y sustentar decisiones de inversión, financiamiento y operación mediante Estados Financieros, Presupuestos, modelos de Evaluación y Criterios de cumplimiento Fiscal.

Temario:

1. Fundamentos

- Gestión y flujo financiero.
- Lógica contable.
- Obligaciones fiscales.
- Gobierno corporativo.

2. Elaboración e interpretación de los Estados Financieros (EF'S)

- Estado de situación financiera.
- Estado de resultados.
- EBITDA.
- Flujo de efectivo (cash flow).

3. Análisis financiero

- Tendencias.
- Razones financieras.
- Indicadores y variables del entorno:
 - Inflación.
 - Mercados (p. ej., Forex y Criptomonedas; consideraciones actuales y digitales).

4. Tesorería y evaluación financiera

- Cálculo de intereses.

- Valor presente neto (VPN).

5. **Financiamiento e inversión**

- Instituciones crediticias.
- Fintech.
- Fondos de inversión.

6. **Impuestos y cierre**

- Impuestos (visión aplicada).
- Proyecto final del módulo.

Módulo 5: Estrategia Comercial Dinámica

Objetivo:

Aprender como diseñar e implementar una estrategia comercial integral, basada en datos, que combine omnicanalidad, gestión de clientes y rentabilidad, fortaleciendo habilidades de negociación y liderazgo comercial con apoyo de herramientas digitales e Inteligencia Artificial (IA).

Temario:

1. **Fundamentos y técnicas de ventas**

- Principios de venta y evolución en la era digital.
- Venta consultiva: prospección, contacto, presentación, cierre y seguimiento.
- Técnicas contemporáneas: SPIN Selling, Challenger Sale, Solution Selling, Sales Influencer.
- Comportamiento del comprador y manejo de objeciones.
- Competencias comerciales clave para directivos y ejecutivos.

2. **Diagnóstico y visión estratégica comercial**

- Propósito y modelo de negocio en mercados dinámicos.
- Posición competitiva y tendencias globales.
- Inteligencia de mercado y decisiones basadas en datos.
- Estrategia de salida al mercado (Go-to-Market): canales, segmentación, omnicanalidad y digitalización.
- El área comercial como motor de crecimiento e impacto cultural.

3. **Estrategia comercial integral**

- Objetivos comerciales alineados a la estrategia del negocio.
- Identificación de oportunidades y segmentación avanzada.
- Diferenciación y estrategias competitivas.

4. **Desarrollo y rentabilidad de clientes**

- Planes de crecimiento y fidelización.
- Maximización del valor del cliente (CLV / Customer Lifetime Value).

5. **Gestión financiera del área comercial y analítica**

- Indicadores de rentabilidad (ROI, margen, CAC, CLV).
- Rentabilidad por cliente y por segmento.
- Balance entre crecimiento y eficiencia.
- Herramientas digitales e IA aplicadas a ventas (CRM inteligente, predicción de demanda, automatización).

6. **Negociación estratégica y liderazgo comercial**

- Pilares de la negociación moderna.
- Perfiles de compradores y técnicas de influencia.
- Negociación basada en datos y storytelling comercial.

- Omnicanalidad, e-commerce B2B y liderazgo en entornos híbridos.

7. Proyecto final

- Integración y presentación del proyecto final.

Módulo 6: Dirección y Planeación Estratégica

Objetivo:

Como cierre del diplomado, los participantes integran los aprendizajes para formular, comunicar y dar seguimiento a un Plan Estratégico de Negocios, definiendo objetivos, estrategias e indicadores de seguimiento y rutas de implementación que aseguren Gobernanza, Ejecución, y Creación sostenible y sustentable de valor.

Temario:

1. Dirección y Conducción estratégicas: bases y fundamentos.
2. Pensamiento estratégico y ventajas competitivas.
3. Gobernanza, gobierno corporativo y liderazgo.
4. Planeación estratégica: modelo y proceso.
5. Estructura organizacional y talento estratégico.
6. Pilar estratégico y objetivos estratégicos.
7. Factores críticos de éxito y sus KPI's.
8. Análisis estratégico del contexto y perfil competitivo (con apoyo de IA): matriz EFE.
9. Análisis estratégico interno y de recursos: matriz EFI.
10. Confirmación de estrategia integral: matriz IE.
11. Formulación de estrategias:
 - FODA por integración matricial.
 - Cinco fuerzas de Porter.
 - Ventaja competitiva.
 - Innovación.
 - Producto–mercado.
 - Integración estratégica.
 - Análisis de mercados y potencial de unidades de negocio.
12. Evaluación de estrategias.
13. Indicadores estratégicos.
14. Proyecto integral final:
 - Recursos digitales, software de apoyo y bibliografía.
 - Conclusiones y cierre.