

Diplomado en Dirección y Desarrollo de Negocios

Versión en Línea

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

Nota: Este diplomado cuenta con 120 horas de duración distribuidas de la siguiente forma: 108 horas de sesiones virtuales en tiempo real y alta interactividad, por medio de la herramienta ZOOM y 12 horas de actividades de aprendizaje asíncronas a través de una plataforma digital. Se requiere que el participante cuente con computadora, laptop, tablet, teléfono inteligente o cualquier otro dispositivo que permita reproducir audio y video y una buena conexión a internet.

Las clases serán en tiempo real en los días y horario publicados. Las sesiones no serán grabadas y el participante sólo tendrá acceso a las sesiones del diplomado en el grupo al cual se haya inscrito.

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, mediante los conocimientos y las herramientas ofrecidas en los diversos módulos del diplomado.

¿A quién va dirigido?

Directores, Gerentes, Emprendedores, Líderes de áreas clave de negocios, responsables de conducir y administrar con efectividad y eficiencia los recursos valiosos de las empresas e instituciones.

Orientación

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

Beneficios

1. Actualizar, desarrollar y mejorar herramientas prácticas clave para la administración, conducción y liderazgo en la empresa moderna.
2. Visión integradora: El enfoque modular se guía por la cadena de generación de valor agregado, con un esquema integral que se refleja finalmente en un Plan Estratégico de negocio.
3. La experiencia de convivir virtualmente con personas de similares intereses y responsabilidades de diferentes ubicaciones geográficas: un enriquecimiento en las ideas y soluciones que se comparten.
4. Reforzar el enfoque estructurado: profesional, que en la empresa debe imprimir el líder, bajo criterios contemporáneos.

5. Para quienes se ven ante el reto inesperado de aprender a administrar y dirigir negocios o áreas clave: el diplomado ofrece una plataforma integral básica sobre la cual pueden desarrollar sus actividades de dirección.
6. Reforzar el enfoque estructurado: profesional, que en la empresa debe imprimir el líder, bajo criterios modernos.
7. Para quienes se ven ante el reto a veces inesperado de aprender a administrar y dirigir negocios o áreas clave: nuestro diplomado ofrece una plataforma integral básica sobre la cual pueden desarrollar con seguridad sus actividades de dirección.

Metodología

1. La enseñanza del diplomado combina teorías avanzadas con prácticas exitosas en la administración y conducción de empresas.
2. El método principal de aprendizaje propone la discusión entre los participantes de problemas y asuntos típicos de las empresas así como posibles soluciones, a partir de situaciones reales; el profesor del módulo actúa como facilitador.
3. Énfasis en la preparación de decisiones ejecutivas basadas en análisis situacionales y en su presentación escrita y verbal.
4. Los trabajos se realizarán tanto por participantes individuales como por equipos de discusión.
5. Se concluirá con la preparación en el último módulo, de un Plan Estratégico de Negocios.

Módulo I

MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA

Objetivos

- Reconocer y analizar la importancia de satisfacer las necesidades del mercado como objetivo estratégico de la empresa, el entorno.
- Aprender y aplicar las políticas clave de la mercadotecnia, adecuadas para cada elemento del marketing mix ampliado, incluyendo el manejo de marcas.
- Aprender y aplicar metodologías actualizadas para el planteamiento y desarrollo de estrategias de atracción, orientadas por las necesidades, deseos y expectativas del cliente,
- Aprender y aplicar el proceso de mercadotecnia y su conversión en un plan operativo de mercadotecnia.

Temario:

1. Conceptos básicos de la Mercadotecnia
 - a. Enfoque a Mercadotecnia vs enfoque a Ventas
2. Análisis del medio ambiente de la mercadotecnia
 - a. El nuevo entorno de los negocios
 - b. Variables controlables y no controlables
3. Del Marketing masivo al Marketing electrónico
4. La guerra de la Mercadotecnia
5. Nuevos paradigmas de la mercadotecnia
 - a. Neuromarketing

- b. ¿Por qué compramos?
 - c. Razones vs Emociones
6. La responsabilidad de la Mercadotecnia ante la Estrategia de la empresa
 7. El proceso de la mercadotecnia
 - a. Investigación de mercados
 - b. Segmentación de mercados
 - c. Elección de Mercados
 - d. Posicionamiento
 - e. Marketing Mix (de las 4p´S a las 4E´s)
 - f. Plan de Mercadotecnia
 - g. Seguimiento y Control

Módulo 2

MEJORA E INNOVACIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIO

Objetivos

- Aprender a identificar los fundamentos de los procesos de negocio para lograr una gestión efectiva en los procesos de la empresa.
- Analizar, empleando los conceptos y técnicas presentadas, procesos reales de su ámbito laboral.

Temario:

1. Antecedentes
 - a. Enfoque de sistemas.
 - b. Factores de motivación.
 - c. Las preguntas fundamentales.
2. Procesos de Negocio
 - a. ¿Qué es un proceso de negocio?
 - b. Componentes de un proceso.
 - c. Modelado y estados de los procesos.
 - d. Modelo de madurez de los procesos.
 - e. ¿Por qué mejorar los procesos?
3. Mejora de procesos
 - a. Flujo de servicio y la fórmula TPS.
 - b. Los 8 desperdicios y las 5 S's.
 - c. El ciclo de Deming y el Kaizen.
 - d. Indicadores de procesos.
 - e. Mapa de flujo de valor (VSM).
4. Innovación de procesos
 - a. Modelo para la innovación de procesos.
 - b. Introducción a los enfoques ágiles.
5. Resumen y conclusiones.

Módulo 3

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DEL CAPITAL HUMANO EN LOS NEGOCIOS

Objetivos

Aprender las herramientas necesarias para la gestión efectiva del personal, así como los elementos para el perfeccionamiento de las habilidades directivas de los participantes dentro de sus organizaciones.

Temario:

1. Nuevo mundo, nuevas organizaciones
 - a. El nuevo paradigma organizacional
 - b. El nuevo perfil de líderes y colaboradores
 - c. Nuevas tendencias y retos en la gestión de los recursos humanos
2. Cultura y cambio organizacionales
 - a. Cultura organizacional
 - b. Resistencia al cambio
 - c. Gestión estratégica del cambio
3. Integración de los recursos humanos a la empresa
 - a. Reclutamiento
 - b. Selección
 - c. Inducción
4. Desarrollo de competencias
 - a. Detección de necesidades de capacitación y desarrollo
 - b. Modelos de capacitación y desarrollo
 - c. Evaluación de la capacitación y el desarrollo
5. Administración de la compensación
 - a. Análisis, descripción y valuación de puestos
 - b. Evaluación del desempeño
 - c. Políticas de compensación
 - d. Desarrollo de habilidades directivas
6. Integración de equipos
 - a. Liderazgo
 - b. Creatividad e innovación
7. Trabajo Final

Módulo 4

FINANZAS PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS

Objetivos

- Aprender y aplicar el proceso integral del flujo de información necesario para contar con los elementos correctos en la toma de decisiones, desde la lógica contable, los registros, sus fundamentos, hasta la consecución en los estados financieros y las herramientas vigentes para analizar e interpretar, comprendiendo el detalle de estas.
- Aprender y aplicar las funciones necesarias para evaluaciones puntuales, punto de equilibrio, impuestos y conectar la información financiera vigente con la estimada.

Temario:

1. Fundamentos.
 - Flujo de información
 - Contabilidad
2. Elaboración e interpretación de los Estados Financieros.
 - Balance General
 - Resultados
3. Análisis Financiero EFs
 - Tendencias
 - Razones Financieras
 - Flujo de efectivo
 - Tasas de interés
 - VPN
4. Análisis del Punto de equilibrio (costos fijos y variables).
 - Contribución marginal
5. Financiamiento.
 - Sistema financiero mexicano
 - Instituciones crediticias
6. Impuestos.
7. Indicadores financieros y macroeconómicos.
8. Trabajo final

Módulo 5**ESTRATEGIA COMERCIAL INTEGRAL****Objetivo**

- Ofrecer una visión amplia y actualizada del proceso profesional en la gestión comercial, mediante el diseño de una estrategia comercial integral enfocada a identificar continuamente oportunidades de negocio, alineada al logro de los objetivos del negocio.

Temario:

1. Visión integral del negocio:
 - a. Propósito del negocio.
 - b. Análisis de la posición actual del negocio.
 - c. Estrategia y visión del negocio.
2. La estrategia comercial:
 - a. Objetivos de negocio.
 - b. Identificar oportunidades de negocio.
 - c. Estrategia competitiva.
3. Diseño de la estrategia comercial:
 - a. Aspectos clave para el diseño de la estrategia comercial.
 - b. La voz del Cliente.

- c. La Organización como un sistema de satisfacción y experiencia al Cliente.
- 4. Impacto de la negociación en la gestión comercial.
 - a. Los “cuatro pilares de la negociación”.
 - b. Perfiles de compradores.
 - c. La “tarjeta de guerra”.
 - d. Nuevos horizontes.

Módulo 6

DIRECCIÓN Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS

Objetivo

- Aprender a desarrollar un buen Plan Estratégico de Negocio, incorporando los conocimientos adquiridos en los cinco módulos previos y la valiosa experiencia personal de los participantes.

Temario:

1. Principios y Modelos de Planeación Estratégica.
2. El pilar estratégico del negocio: misión, visión, valores.
3. Los grupos de interés y sus expectativas.
4. Los objetivos estratégicos.
5. Oportunidades y Amenazas en macro y microambientes.
6. Fortalezas y Debilidades en los Procesos de Negocio.
7. Estrategias derivadas del Análisis FODA.
8. Estrategias de Matriz Producto-Mercado de Igor Ansoff.
9. Estrategias de Integraciones y Diversificaciones a 360°.
10. Estrategias de Análisis de portafolio.
11. Integración de Estrategias.
12. Indicadores Estratégicos.
13. Guía para armar la presentación de un Plan estratégico
14. Trabajo Final: elaboración de un Plan Estratégico de Negocio.

Coordinador académico

M.A. 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 Estratégica por la Universidad Estatal de Pensilvania y en 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 Vicepresidente de Comercialización en Gates Rubber Co. 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 -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 y conferencias sobre Planeación y Pensamiento Estratégico, Innovación Estratégica de Negocios, Calidad de Servicio, Administración de la Cadena de Suministro, Gestión del Conocimiento, Competencias laborales y Mejora Continua de Negocios.

INFORMES: Lunes a viernes de 8:00 a 20:00 h. Tel. 5628 4185, sin costo desde el interior: 01800 398 4826

Av. Camino a Santa Teresa 930, Col. Héroes de Padierna, 10700, México, D.F.

Programación y precios sujetos a cambios sin previo aviso.

El ITAM se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas que no cumplan con el quórum mínimo requerido.

Consulte nuestra programación en:

www.desarrolloejecutivo.itam.mx