
CURSO DE ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN PARA EMPRENDEDORES

Objetivos Generales:

Es un curso destinado a emprendedores, pero también a intraemprendedores, es decir, emprendedores que despliegan sus iniciativas en el seno de su empresa. Cada vez más empresas son conscientes de la importancia y las ventajas de estimular y promover el espíritu emprendedor de sus empleados.

El curso se centra en la reflexión estratégica que debe servir de base a todo el proceso emprendedor y a los aspectos organizativos más característicos de los proyectos emprendedores, sean estos el lanzamiento de una start-up o el desarrollo de un proyecto interno en el seno de la empresa en la que el intraemprendedor desarrolla su función.

CONTENIDOS FORMATIVOS

TEMA 1. ¿Qué es la Estrategia para el Emprendedor?

- 1.0 Introducción y objetivos
- 1.1 La estrategia como plan
- 1.2 La estrategia como pauta
- 1.3 La estrategia como posición
- 1.4 La estrategia como perspectiva
- 1.5 Una visión ecléctica y oportunista
- 1.6 La estrategia formulada
- 1.7 La estrategia formada
- 1.8 Estrategia y contexto
- 1.9 Evolución del concepto de estrategia
 - 1.9.1 Presupuesto y control financiero
 - 1.9.2 Planificación a largo plazo
 - 1.9.3 Planificación estratégica
 - 1.9.4 Dirección estratégica
 - 1.9.5 Estado actual de la cuestión
 - 1.9.6 El modelo Delta
- 1.10 Resumen

TEMA 2. Estrategias Genéricas: el Marco de Referencia

- 2.0 Introducción y objetivos
- 2.1 Costes
- 2.2 Diferenciación
- 2.3 Segmentación y especialización
- 2.4 Las cinco estrategias genéricas
- 2.5 Una nueva perspectiva: la Estrategia del Océano Azul
- 2.6 Resumen

TEMA 3. Núcleo del Modelo de Negocio y Ecosistema Competitivo

- 3.0 Introducción y objetivos
- 3.1 Núcleo del modelo de negocio: concepto de competencia clave
- 3.2 Recursos diferenciados e indiferenciados
- 3.3 Características de las competencias clave de la empresa
- 3.4 Clasificación de las competencias clave
 - 3.4.1 Innovación
 - 3.4.2 Creación de activos estratégicos
- 3.5 Lo que no es la estrategia
- 3.6 La diferencia es el factor clave
- 3.7 Ecosistema competitivo: la dimensión externa de la estrategia
- 3.8 Amenaza de entrada de nuevos competidores
 - 3.8.1 Barreras a la entrada
 - 3.8.2 Expectativas de reacción de los competidores actuales
- 3.9 Rivalidad
 - 3.9.1 Número, tamaño relativo y diversidad de los competidores
 - 3.9.2 Tasa de crecimiento del mercado
 - 3.9.3 Relación entre los costes fijos y el valor añadido
 - 3.9.4 Diferenciación
 - 3.9.5 Barreras a la salida
- 3.10 Presión de los productos o servicios sustitutivos
- 3.11 Relaciones verticales: compradores y suministradores
 - 3.11.1 Poder relativo de negociación de los compradores
 - 3.11.2 Poder relativo de negociación de los suministradores
- 3.12 Resumen

TEMA 4. Organización para la Puesta en Práctica de la Estrategia

- 4.0 Introducción y objetivos
- 4.1 Organización: eficacia y eficiencia
- 4.2 Diseño organizativo
- 4.3 Estructura
- 4.4 Sistemas administrativos
- 4.5 Cultura
- 4.6 Resumen