

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Estrategia

OBJETIVOS

- » Conocer de una forma sistemática lo que hacen los competidores excelentes, y así aprender de ellos al comparar sus estrategias, cultura, procesos y productos, con los correspondientes a nuestra empresa

PROGRAMA - FASES

- » ¿Qué es el Benchmarking?
 - » Nacimiento del Benchmarking + El Benchmarking
 - » Introducción al Aprendizaje Organizativo + Las Bases de las Organizaciones Inteligentes
 - » Benchmarking en la práctica
 - » Los seis pasos del Alcoa
 - » ¿Qué no es Benchmarking? + Tipologías de Benchmarking + Benchmarking Interno
 - » Gestión del Conocimiento
 - » ¿Por qué hacer Benchmarking? + Los siete pasos del Benchmarking + Críticas Habituales al Benchmarking
- » Introducción a la Estrategia.
 - » Concepto de Estrategia + Niveles de la Estrategia + Fases del Proceso de Dirección Estratégica
 - » Misión y Visión + Análisis Estratégico
 - » Formulación de la Estrategia + Implantación de la Estrategia
 - » Balanced Scorecard e implantación de la estrategia
- » El Benchmarking.
 - » Benchmarking Estratégico
 - » Benchmarking Operativo
 - » Benchmarking de Gestión
 - » Proceso de Implantación del Benchmarking

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Responsables y directivos de empresa, que quieren cuestionarse y revisar sus modelos de negocio. Técnicos que quieren sacar a sus avances tecnológicos el mayor partido posible con el modelo de negocio adecuado. Emprendedores que tienen ideas creativas y necesitan definir cómo llevarlas a la práctica. Inversores que quieren saber cómo identificar los modelos de negocio más competitivos.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*