

RENOVACIÓN ESTRATÉGICA: REVISANDO LAS CLAVES DE LA CREACIÓN DE VALOR DE LA EMPRESA

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Estrategia

OBJETIVOS

- » Comprender en profundidad el modelo de creación de valor de nuestro sector, de las categorías de oferta que operan en el mismo y de nuestra oferta dentro de la categoría.
- » Ser capaz de innovar en los modelos de negocio, para que de ellos salgan de modo natural nuevos y valiosos productos y servicios. La innovación de producto es posible y es necesaria. La innovación de modelos ofrece al mundo productos radicalmente nuevos y sorprendentemente valiosos para sus mercados.
- » Ser capaz de liderar un proceso de cambio de modelo, estableciendo las nuevas elecciones y decisiones que aportarán las consecuencias buscadas.
- » Aprender a construir el modelo desde el nuevo resultado buscado y no sólo desde la operación actual. Aprender a usar la arquitectura del valor como metodología que aporta visión global desde el mercado y para el mercado..

PROGRAMA - FASES

- » El OBJETIVO: Crear mayor valor económico, ahora y en el future.
- » La LÓGICA: Modelo de Negocio versus producto o servicio.
- » El CONTEXTO de creación del valor: la economía de mercado.
- » El MODO de creación del valor: el modelo de negocio.
- » La FORMA de creación del valor: la estrategia y el modelo de operación.
- » El ÁMBITO de creación del valor: el alcance de las operaciones.
- » La DINÁMICA de creación del valor: la contribución funcional al valor.
- » La ECOLOGÍA de la creación del valor: reducir, reciclar, reutilizar e innovar.
- » La RECONSTRUCCIÓN CREATIVA del valor: descomponer y recomponer el modelo de negocio.
- » La ALINEACIÓN de la creación del valor: catalizadores, resistencias, rumbos y derivas en la travesía del valor.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

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

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirección General, Dirección de Áreas Funcionales de la Empresa y Gerentes de Pymes.

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