

SM03 – Planificación Estratégica.

Todos los cursos, talleres y seminarios descriptos a continuación, se construyen en base a referencias conceptuales y actividades vivenciales que posibilitan la práctica. A lo largo de los programas, existe también exposición y análisis de casos para la aplicación de los conceptos teóricos. Todos los cursos pueden ser “in-



Marketing y Estrategia Empresarial

Objetivo:

Toda empresa que quiera tener éxito debe planificar su futuro y tomar decisiones orientadas a sus objetivos. Estas decisiones, presentes tanto en los procesos de Dirección como de Ejecución, deben basarse en una clara estrategia.

La Planificación Estratégica pretende proporcionar los conocimientos y herramientas para tomar las mejores decisiones de mercadeo.

No sólo se debe formular una planificación de excelencia, sino implementarla sin descuidar ningún detalle en el día a día. De esto nos ocuparemos en el estudio del Marketing Operativo.

Contenido Programático:

Módulo N°1: Planificación de corto y largo plazo.

- Planificación de largo plazo.
- Análisis de Oportunidades de Negocio.
- Ciclo de Vida de la Demanda.
- Previsión del Negocio Actual.
- Búsqueda de nuevas oportunidades de Negocio.

Módulo N°2: Directrices organizacionales y Análisis de variables de entorno.

- Visión, Misión y Políticas de empresa.
- Análisis de entorno. PEST.

Talleres y Seminarios Empresariales

Factores Externos. Matriz EFE , IFE
Vectores SWOT.
Análisis de carteras BCG.

Módulo N°3: Estrategias y Ventajas Competitivas.

Estrategias competitivas genéricas.
Diferenciación en base a tiempo; por habilidades; por información.
Diferenciación por creación de valor.
Valor Económico agregado (EVA).

Módulo N°4: Segmentación y Posicionamiento.

Mercado. Segmentación. Análisis.
El Posicionamiento.
Desarrollo de una Estrategia de Posicionamiento.
Mapas Perceptuales.
Alineación del posicionamiento con las políticas de precios.

Módulo N°5: Marketing Operativo. Introducción.

Objetivos.
Modelo PIPLOSC.
Introducción a Producto, Impulsión,
Políticas de Precio,
Logística, Organización,
Sistemas de Información y Calidad en los procesos.

Módulo N°6: Implementación y Control.

Métricas. Formulación. Control por objetivos. BSC

A quién se destina:

Profesionales y jefes de departamentos, ejecutivos en general, consultores y profesionales que participen en actividades comerciales.

Modalidad:

Modalidad taller (ejemplos prácticos y juego de roles).
Presencial (eje principal la práctica / metodología “aprender haciendo”)

Metodología

El programa se construye en base a referencias conceptuales, actividades que posibiliten las prácticas, estudios de casos, demostraciones de herramientas, y espacio para reflexiones y discusiones por parte del grupo.

Talleres y Seminarios Empresariales

Cantidad de Participantes: Mínimo 8, máximo 20 participantes.

Carga Horaria: 16 horas

Materiales soporte:

A convenir.

Ing. Sergio D. Salimbeni
Director General
sergio.salimbeni@activus.com.ar