

DIPLOMADO GESTIÓN DE NEGOCIOS

FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA

Este Diplomado busca la formación de profesionales que puedan dirigir y gestionar sus unidades de negocios y/o empresas, con una perspectiva integradora y multidisciplinaria. En definitiva, contar con una sólida gestión de negocios que permita agregar valor a sus organizaciones.

OBJETIVO GENERAL

Formular una estrategia de negocios sobre la base de una ventaja competitiva, que se diferencie de la oferta que entregan los otros competidores de la industria.

- Proporcionar una sólida formación en las diferentes áreas de la gestión de negocios.
- Aplicar conceptos, herramientas y modelos a los problemas prácticos de gestión.
- Tomar decisiones de gestión financiera para crear valor en las organizaciones.
- Administrar las relaciones con clientes y proveedores, sobre la base de un concepto moderno y competitivo de la cadena de valor.
- Liderar equipos de colaboradores, de acuerdo al perfil de cada uno de ellos, para que potencien su aporte individual y colectivo a la organización.

DIRIGIDO A

A todas aquellas personas que se desempeñan en el área de los negocios, cuyo interés sea actualizar o formalizar conocimientos con un enfoque integral, práctico y moderno, en estrecha conexión con la estrategia de negocios y los procesos de cambio de la organización.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

120 horas cronológicas, en modalidad presencial, las clases se desarrollan en dependencias de la Universidad.

Plan de Estudio		Modalidad	Duración
I	Marco General	Presencial	30
II	Planificación Estratégica	Presencial	30
III	Dirección	Presencial	30
IV	Control De Gestión	Presencial	30
			120

METODOLOGÍA

- Clases expositivas e interactivas, donde el alumno realiza y responde preguntas al relator con apoyo de material audiovisual (PowerPoint, transparencias).
- Discusión y análisis colectivo de los principales tópicos con la ayuda del relator, con análisis de casos emblemáticos y ejemplos reales.
- Talleres, dinámicas de grupos y ejercicios prácticos, a ser desarrollados en grupos o en forma individual, de acuerdo a las materias tratadas.
- Lecturas de apoyo acordes a los tópicos tratados, las cuales serán entregadas en forma oportuna al inicio de cada módulo.

REQUISITOS DE APROBACIÓN

Se realizará una evaluación al término de cada temática tratada y al final del curso cada alumno responderá en forma individual una pauta de evaluación en la que constatará los conocimientos adquiridos y las habilidades desarrolladas. Se evaluará con una escala de notas del 1 al 7, con nota 4.0 mínimos para aprobar y una asistencia de un 75%.

PLAN DE ESTUDIO

MÓDULO 1: MARCO GENERAL

- Concepto de estrategia.
- Estrategias competitivas y análisis de industria.
- Ventajas competitivas.
- Mapas de posicionamiento.
- Disciplina de la ejecución.
- Análisis de estados financieros
- Marco conceptual para el análisis y la planificación financiera.
- Análisis de estados financieros y gestión financiera.
- Evaluación de proyectos
- Determinación de flujos de caja.
- Valor del dinero en el tiempo. Tasa de descuento.
- Evaluación financiera de proyectos.
- Metodología de evaluación.
- Costo Capital.
- Talleres:
- Integración y trabajo en equipo.
- Técnicas de comunicación y presentaciones efectivas.

MÓDULO 2: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- Plan de marketing
- Marketing como filosofía de empresa.
- El plan de marketing como parte de la planificación estratégica.
- Conceptos de segmentación, diferenciación y posicionamiento.
- Administración de recursos humanos
- Naturaleza de la organización.
- Diagnóstico y análisis organizacional.
- Planificación y selección de los RR.HH.
- Trabajo integrador
- Cada grupo de alumnos desarrollará y presentará un plan para un nuevo negocio (o una nueva línea de negocios) que incluya: análisis del entorno y planificación estratégica, plan comercial, planificación de la estructura organizacional y una completa evaluación financiera del proyecto.

MÓDULO 3: DIRECCIÓN

- Información contable y gestión financiera
- Asignaciones de costos.
- Punto de equilibrio y apalancamiento operativo.
- Análisis de presupuesto.
- Precios de transferencia.
- Gestión logística
- Segmentación de los clientes según necesidades de servicio.
- Establecimiento de redes de distribución logística.
- Gestión estratégica de las fuentes de abastecimiento.
- Dirección de marketing
- Marketing estratégico.
- Nociones de marketing de servicios e industrial.
- Marketing relacional.
- Dirección de los RR.HH.
- Sistemas reclutamiento y selección.

- Administración del desempeño.

MÓDULO 4: CONTROL DE GESTIÓN

- Perspectiva financiera
- Perspectiva del cliente
- Perspectiva logística y de los procesos internos
- Perspectiva de aprendizaje y crecimiento: En todas las perspectivas se verá el diseño de
- indicadores básicos y la coherencia con la estrategia global.
- Trabajo integrador II
- Cada grupo de alumnos desarrollará y presentará un cuadro de mando aplicado a la misma
- empresa del primer trabajo integrador. Dicho cuadro de mando (Balanced Scorecard) permitirá
- traducir la estrategia definida en objetivos específicos e indicadores para las diferentes