



GESTIÓN ESTRATÉGICA Y ECONÓMICA EN AEROPUERTOS

SKU: 3727-32_V2

Horas [50](#)

OBJETIVOS

- Profundizar sobre la competitividad y management estratégico
- Profundizar sobre la organización y diversas estructuras estratégicas de la empresa.
- Saber tomar decisiones estratégicas.
- Conocer los diferentes niveles de planificación y decisión estratégica.
- Profundizar sobre el diagnóstico interno y el análisis funcional de la empresa.
- Conocer la cadena de valor y el perfil estratégico de la empresa.
- Profundizar sobre el concepto de benchmarking.
- Tratar la calidad total y mejora continua.
- Conocer el papel de las nuevas tecnologías en los cambios de gestión.
- Entender la gestión de la innovación y del conocimiento en la organización.

CONTENIDO

UD1.Competitividad y Management Estratégico

1. Introducción.
2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas.
3. Estrategias de generación de valor añadido.
4. El pensamiento estratégico y el management estratégico.
 - 4.1. Las aptitudes para el management estratégico
5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo.
6. Previsión, prospectiva y método de escenarios.
 - 6.1 Alcance en el modelo

6.2 Desarrollo vertical del método de escenarios de diseño

6.3. Métodos de previsión

6.4. Métodos de prospectiva

7. El análisis estratégico D.A.F.O.

8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa.

8.1. El ámbito (scope) y campo de actividad

8.2. Las capacidades distintivas

8.3. Las ventajas competitivas

8.4. La sinergia

UD2.Organización y estructuras estratégicas

1. Misión, visión y valores de empresa.

2. Cultura de empresa y estrategia.

3. Organización, estructura y estrategia.

4. Adoptar decisiones estratégicas de forma correcta y eficaz

5. Toma de decisiones estratégicas.

6. Niveles de planificación y decisión estratégica: Corporativa, de negocio y funcional.

7. Unidades estratégicas de negocio

UD3.Análisis del entorno general y del entorno específico

1. Análisis del entorno general de la empresa.

1.1 Niveles del entorno.

2. Análisis del entorno específico de un sector.

3. El entorno competitivo: Análisis de Porter (Análisis de las cinco fuerzas).

4. Determinantes de la fuerza: Barreras para el ingreso.

5. Rivalidad entre los competidores existentes.

6. Amenaza de productos sustitutivos.
7. Poder de negociación de clientes y proveedores.

UD4. Diagnóstico interno y diagnóstico estratégico

1. Análisis funcional y diagnóstico interno.
2. Perfil estratégico de la empresa.
3. La cadena de valor
4. Diagnóstico estratégico: Modelo de matrices/cartera.

UD5. Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial

1. Estrategias genéricas competitivas.
2. Formas de crecimiento empresarial.
3. Diversificación e integración.
4. Estrategias de internacionalización y globalización de la empresa.
5. Alianzas estratégicas.

UD6. Herramientas estratégicas de gestión

1. El benchmarking como herramienta estratégica de gestión.
2. Calidad total y mejora continua.
3. Gestión de la innovación.
4. El papel de las nuevas tecnologías en los cambios de gestión.
5. La gestión del conocimiento en la organización.