

# Planeación estratégica

Guía de impartición

## Contenido

Contenido .....	2
Datos del certificado.....	2
Temario.....	2
Metodología .....	3
Evaluación.....	4
Proyecto final.....	5
Notas de enseñanza .....	5

## Datos del certificado

Clave	Nombre del certificado
<b>PBAD2001</b>	Analiza el entorno de un negocio para identificar oportunidades estratégicas y diseñar propuestas inteligentes que hagan más eficientes las operaciones de la empresa.

### Competencia

**Analiza el entorno de un negocio para identificar oportunidades estratégicas y diseñar propuestas inteligentes que hagan más eficientes las operaciones de la empresa.**

## Temario

<b>1</b>	Fundamentos de administración
<b>2</b>	El proceso administrativo
<b>3</b>	Naturaleza de las organizaciones
<b>4</b>	Funciones de la administración
<b>5</b>	Fundamentos de la planeación estratégica
<b>6</b>	Etapas del modelo de planeación estratégica parte 1
<b>7</b>	Etapas del modelo de planeación estratégica parte 2
<b>8</b>	Modelo de Visión, Organización y Cultura (VOC) Salvador Alva para la gestión empresarial

## Metodología

La metodología que se aplicará para este certificado de Profesional Asociado es metodología basada en proyectos bajo la modalidad Connect, es decir, se tendrán clases sincrónicas virtuales dos veces por semana y la clase se quedará grabada en la plataforma para que pueda ser consultada cuantas veces sea necesario. En la metodología basada en proyectos, se ganará conocimiento y habilidades trabajando por periodos de tiempo prolongados con actividades, retos, problemas aplicables al entorno laboral.

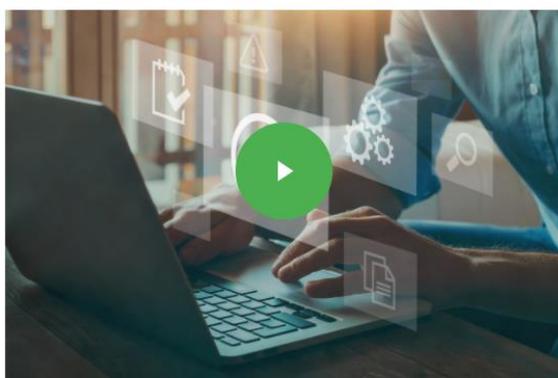
También se contará con el apoyo de un asesor académico, quien ayudará al aprendiz a identificar lo que le impide avanzar hacia el logro de sus metas, promoviendo la reflexión y el autoconocimiento para concretar sus esfuerzos y recursos disponibles con el fin de culminar el certificado exitosamente.

Este certificado se compone de ocho unidades agrupadas en dos módulos.



Cada unidad de estudio se integra por las siguientes secciones:

### UNIDAD 1 ————— Introducción al marketing digital



#### Secciones

A continuación, se encuentran los elementos que componen la unidad:

-  Aquí encontrarás la explicación de la unidad.
-  Amplía tu aprendizaje a través de los recursos de apoyo.
-  Realiza la actividad correspondiente.
-  ¿Te sientes preparado?, contesta el quiz de la unidad.

#### Asegúrate de:

- Conocer las ventajas del marketing digital frente al tradicional.
- Comprender cuál es la diferencia entre el marketing *push* y *pull*.
- Saber las tendencias de crecimiento del Internet en México.
- Conocer el perfil y el comportamiento del internauta mexicano.
- Conocer las estrategias más efectivas de segmentación para la audiencia.

**Explicación.** En esta sección se presenta el contenido que debe estudiarse, y que le permitirá adquirir los conocimientos requeridos para desarrollar la competencia del certificado.

**Recursos de apoyo.** En esta sección se incluye lo siguiente:

- **Referencias bibliográficas del contenido.** Fuentes que se utilizaron para fundamentar las explicaciones.
- **Temas para profundizar en el contenido.** Información importante que complementa a la explicación de la unidad, y que por lo tanto se debe también estudiar.
- **Lecturas y videos.** Recursos para complementar, reforzar y ampliar tu aprendizaje.

**Actividades.** En esta sección aparecerá una actividad, cuyo propósito es que se aplique el conocimiento adquirido y que se experimente con el mismo en actividades, problemas o retos en un contexto similar a la realidad laboral.

**Examen rápido (quiz).** A través de esta sección, el aprendedor realizará un quiz para comprobar el conocimiento adquirido después de haber estudiado.

**Asegúrate de (Checkpoints).** En esta sección se enlistan los principales conceptos que debe adquirir el aprendedor después de estudiar el contenido correspondiente.

## Evaluación

La evaluación de este certificado se compone de la siguiente manera:

Evaluable	Semana de entrega	Ponderación
Examen rápido 1	1	2%
Actividad 1	2	8%
Examen rápido 2	2	2%
Actividad 2	3	8%
Examen rápido 3	3	2%
Actividad 3	4	8%
Examen rápido 4	4	2%
Actividad 4	5	8%
Examen rápido 5	5	2%
Actividad 5	6	8%
Examen rápido 6	6	2%
Actividad 6	7	8%
Examen rápido 7	7	2%
Actividad 7	8	8%
Proyecto final	8	30%

El examen rápido 8 será resuelto por el aprendiz, sin embargo no tiene ponderación en la evaluación del curso.

## Proyecto final

En cuanto al proyecto, éste consta de tres etapas, planteamiento, ejecución y resultados, y cada una cuenta con criterios de evaluación.

## Notas de enseñanza

Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados en el mismo, con el fin de detectar y, en su caso, poder actualizar y/o enriquecer previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

Un aspecto de gran importancia en el desarrollo de los temas es su involucramiento como facilitador para propiciar que la competencia del curso se cumpla. Además, debe preparar a los participantes para que vayan desarrollando propuestas de soluciones innovadoras a problemas actuales propios del área de estudio.

Enseguida puede revisar las notas de enseñanza generales y por tema para este curso.

### Generalidades

Es relevante mencionar al estudiante, que adicional al contenido de cada tema para completar los conocimientos, se debe revisar la sección de los temas a profundizar, ya que en algunos casos vienen preguntas de examen y las bases para el desarrollo de las actividades y el proyecto.

Asimismo, conviene destacar que los softwares, herramientas tecnológicas para la administración y control de la estrategia, son en su mayoría de paga, sin embargo, se sugieren algunos libres, principalmente en el Tema 8.

### Tema 1

Es importante considerar que la empresa seleccionada por el estudiante sea la misma tanto para desarrollar las actividades como para la elaboración del proyecto.

### Tema 2

En este tema se espera que se identifique si la empresa sigue el proceso de planeación usando el análisis de factores internos y externos, además si basa su planeación respecto a las ganancias esperadas, innovación.

Es recomendable que el estudiante desarrolle estas actividades usando herramientas vistas en el tema y que actualmente no usa la empresa seleccionada.

### Tema 3

En este tema se espera principalmente que, al conocer el uso y significado de la responsabilidad social, se detonen acciones que pueda realizar la empresa para ser aceptada e involucrarse con la sociedad, además de responder cómo financiará estas acciones sin afectar sus finanzas.

Es recomendable elaborar un plan en donde las acciones que se recomienden tengan como resultado más y mayores ventas de los clientes.

### Tema 4

En este tema se desarrolla un diagrama en el que especifiquen los proveedores que surten la materia prima y todo el procesamiento del producto hasta que llega al consumidor final. Se espera que en el análisis se identifique la funcionalidad de la cadena de suministro para que determine si es sustentable para la empresa, al medio ambiente y a la comunidad.

### Tema 5

En este tema es recomendable verificar si la misión (¿Quiénes somos? ¿Qué buscamos? ¿Qué hacemos? ¿Dónde lo hacemos? ¿Por qué lo hacemos? ¿Para quién trabajamos?) y la visión (¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio? ¿Cómo seremos en el futuro? ¿Qué haremos en el futuro? ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?) está redactada correctamente y enfocada a los objetivos propuestos, e identificar si el sistema de evaluación es el idóneo.

### Tema 6

Para el desarrollo del análisis de *stakeholders* es importante recordar al alumno enfocarse en los diferentes grupos que existen, en donde se puede tomar como base: stakeholders en el mercado de capitales, stakeholders en el mercado de productos/servicios, stakeholders externos, stakeholders dentro de la organización.

Para el diagnóstico estratégico y el análisis de rivalidad se recomienda revisar la bibliografía de Chiavenato y Sapiro (2017), señalada en el tema.

### Tema 7

Para la definición de objetivos, es importante recordar al alumno que deben de ser medibles, realistas, relevantes, específicos y deben realizarse en cierto periodo de tiempo. Asimismo, es recomendable en esta definición que la jerarquía de objetivos se pueda referenciar de la bibliografía incluida en Chiavenato y Sapiro (2017).

### Tema 8

Se recomienda que para rediseñar los procesos y organizarse con un enfoque al cliente se requiere hacer una reingeniería de estos, lo cual consiste en el rediseño radical de los procesos de negocio para alcanzar mejoras dramáticas en medidas críticas de desempeño, es decir, calidad, servicio y rapidez e incluir herramientas tecnológicas innovadoras que ayuden en esta gestión como el CRM o ERP.

### Proyecto final

Para el desarrollo del proyecto es necesario considerar:

Fase I: Análisis de una estrategia sustentable. Para esta primera etapa es necesario haber concluido los ejercicios 1, 2, 3 y 4. Ya que a partir del Tema 4, el participante tendrá las bases suficientes para iniciar la creación de esta evidencia

Fase II: Modelos de estrategias de negocio. Para esta segunda etapa es necesario haber concluido los ejercicios 5 y 6. Ya que a partir del Tema 6, el participante tendrá las bases suficientes para iniciar la creación de esta evidencia

Fase III: Modelos VOC. Para esta última etapa es necesario haber concluido el ejercicio 8. Ya que a partir del Tema 8, el participante tendrá las bases suficientes para iniciar la creación de esta evidencia.