



Para mantenerse competitiva, una empresa debe estar en permanente contacto con las tendencias y realidades del entorno donde opera y a partir de esto, las personas que integran la organización deben tomar decisiones que le permitan a la empresa aprovechar nuevas oportunidades y al mismo tiempo mantenerse firme en su propósito.

Durante este programa se busca sensibilizar a los participantes sobre la importancia de estar atentos a los cambios, de tomar decisiones que estén alineadas con la estrategia corporativa y de construir mecanismos de control y equipos que apoyen la implementación de los planes propuestos.

Dirigido a:

Directivos en diferentes niveles de todas las áreas funcionales de la organización.

RELACIONES CORPORATIVAS

Tel.: 809 683.4461 | info@barna.edu.do

Metodología

Método del caso:

Se utiliza principalmente como herramienta de formación y perfeccionamiento directivo. En esta metodología se invita al participante a profundizar en sus conocimientos, habilidades y actitudes. En el marco de un caso práctico, con datos reales, los participantes se entrenan para el análisis de problemas y la toma de decisiones prudentiales.

Conferencias-Coloquio:

En la conferencia-coloquio se pretende que los participantes aprendan conceptos de vanguardia. En la metodología se le da gran importancia a la participación y experiencias de las personas, con el fin de enriquecer el marco conceptual propuesto.

Simulaciones:

El objetivo principal del aprendizaje haciendo uso de simulaciones, es que el participante, de una manera vivencial, descubra conceptos y realidades directivas que son relevantes para su desarrollo profesional.

Sesiones y Objetivos

Entorno y Estrategias:

- Reflexionar sobre las tendencias y cambios en los patrones de consumo y la tecnología con el fin de provocar iniciativas y planes para sacar provecho de dichos cambios.

Estrategias en Mercados cambiantes:

- Discutir sobre la conveniencia de aprovechar una oportunidad dada la realidad del mercado y de la empresa.

Estrategias de negocio y estrategia corporativa:

- Entender como se relacionan las estrategias funcionales y de corto plazo con el largo plazo y la estrategia corporativa.

Portafolio de productos y estrategia corporativa:

- Reflexionar sobre estrategia de portafolio de productos y su impacto en la estrategia corporativa.

Los retos de la implementación de la estrategia:

- Discutir sobre los mecanismos de control para ejecutar una estrategia adecuadamente.

¿Por qué falla la implementación?

- Análisis de la implementación desde la perspectiva de la visión, las personas, los recursos, la gestión y la tecnología.

El equipo y la implementación:

- Vivenciar y reflexionar sobre las dinámicas típicas de los equipos de trabajo con objetivos e información asimétrica con enfoque en la implementación estratégica.