



Diplomado en

ESTRATEGIA Y CONTROL DE GESTIÓN

CURSO 1
**FUNDAMENTOS
DE ESTRATEGIA**

CURSO 2
**SISTEMAS DE
CONTROL GERENCIAL**

CURSO 3
**ESTRATEGIA MÁS
ALLÁ DEL MERCADO**



Curso

FUNDAMENTOS DE ESTRATEGIA

Con estos cursos los alumnos pueden enriquecer sus competencias profesionales y adquirir nuevas aptitudes a un menor costo y sin la rigidez horaria de los cursos presenciales. Su enfoque es eminentemente práctico y está orientado a desarrollar criterios para la toma de decisiones.

La excelencia académica de estos cursos está respaldada por el prestigio de la Escuela de Negocios, N° 1 en Chile, desde 2009, y dentro de las dos primeras de Latinoamérica según el ranking de MBA que elabora la revista AméricaEconomía.

OBJETIVOS

El objetivo del curso es desarrollar su capacidad de pensar estratégicamente e implementar sus ideas. Para lograr ese objetivo, en el curso exploramos los principales factores de éxito en el desarrollo de la estrategia competitiva y corporativa, así como en la implementación estratégica. Quienes desean liderar sus organizaciones deben ser capaces de analizar y entender las variables críticas en el desarrollo de una estrategia empresarial exitosa, por ello en este curso proporcionamos las herramientas que necesita para enfrentar ese desafío de forma exitosa: Análisis FODA, Análisis de Entorno y Competitivo, Diagnóstico de Capacidades Organizacionales, Estrategia de Océano Azul, Decisiones Corporativas y Modelos de Implementación Estratégica.

METODOLOGÍA

La metodología de UAI Online contempla clases en línea con diferentes elementos de aprendizaje individual que incluye controles por clase, lecturas, tareas y videos multimedia con el contenido del programa de estudio, por su parte, el aprendizaje colaborativo se fomenta a través de Foro de la Clases de discusión entre los participantes del curso.

El curso tiene una duración de 4 a 6 semanas para las clases online, que incluyen material de lectura obligatoria y lecturas complementarias, la participación en los Foro de la Clases y las actividades evaluativas a fin de desarrollar los conocimientos contemplados por el mismo. Trabajo semanal de 12 horas.

CONTENIDOS

- Introducción a la estrategia.
- Análisis del entorno.
- Posicionamiento estratégico y ventaja competitiva.
- Análisis interno y ventaja competitiva.
- Estrategia corporativa.
- Ámbito corporativo.
- Implementación de la estrategia.

PROFESOR



Horacio Arredondo

Su investigación y docencia se enfocan principalmente en temas relacionados con la Estrategia Corporativa y la Implementación Estratégica, ambas con especial énfasis en la Empresa Familiar. Asimismo, cuenta con una relevante experiencia profesional y en consultoría, enfocando su asesoría en temas de formulación e implementación estratégica.



Curso

SISTEMAS DE CONTROL GERENCIAL

Este curso presenta y analiza de una manera sistemática los elementos de un Sistema de Control Gerencial, este Sistema es la base para tomar decisiones en una organización.

El Control Gerencial consiste en llevar la estrategia a la práctica, es decir, en mantener orientada la organización hacia los objetivos estratégicos definidos para ésta.

OBJETIVOS

Realizar una planificación estratégica, definir objetivos y metas, diseñar planes y programas, definir esquemas de incentivos, y evaluar los resultados. La evaluación mide el grado de logro de las metas definidas, con dicha información se analiza la conveniencia de mantener o modificar esas metas, de mantener o modificar los objetivos, y de mantener o cambiar la estrategia.

METODOLOGÍA

La metodología de UAI Online contempla clases en línea con diferentes elementos de aprendizaje individual que incluye controles por clase, lecturas, tareas y videos multimedia con el contenido del programa de estudio, por su parte, el aprendizaje colaborativo se fomenta a través de diferentes tipos de actividades aplicadas y casos expuestos.

El curso tiene una duración de 5semanas para las clases online, que incluyen material de lectura obligatoria y lecturas complementarias y las actividades evaluativas a fin de desarrollar los conocimientos contemplados por el mismo. Trabajo semanal de 12 horas.

CONTENIDOS

- Control gerencial y control financiero
- El control financiero
- Cuadro de mando integral
- Las 4 perspectivas del CMI
- Incentivos

PROFESOR



Jorge Niño

Doctor en Ciencias Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. MBA, University of Rochester, Nueva York. Ingeniero en Información y Control de Gestión, y Contador Auditor, Universidad de Chile. Académico full time de la Escuela de Negocios UAI. Ha sido profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Chile; profesor invitado de la Universidad de Chile; profesor visitante en la Universidad Gabriel René Moreno en Santa Cruz, Bolivia; miembro de The Global Consulting Practicum, Wharton School, University of Pennsylvania; profesor del programa Global MBA for the Americas, UCLA-UAI. Actualmente es profesor de programas de MBA y Magíster en Santiago, profesor del programa MBA Universidad del Pacífico-UAI en Lima y profesor del Executive Master of Finance ESADE-UAI en Miami.



Curso

ESTRATEGIA MÁS ALLÁ DEL MERCADO

- Reconocer los mecanismos por los que la competencia más allá del mercado puede afectar el desempeño de las empresas.
- Identificar el concepto de estrategia más allá del mercado y su relación con el entorno de las empresas.
- Reconocer el papel de la Acción Colectiva como medio de solución de desafíos dentro de un grupo de interés.
- Identificar los determinantes de la acción de las empresas en el entorno político público y sus estrategias en ámbitos institucionales.
- Reconocer la importancia del posicionamiento público, los medios de comunicación y la reputación en la gestión del entorno más allá del mercado.
- Identificar los elementos de una crisis de reputación y su relación con la acción nonmarket.
- Aplicar los determinantes de la acción de activistas y otros actores del entorno político privado en las estrategias de gestión de stakeholders de las empresas.
- Aplicar los elementos que componen la estrategia en un entorno político privado.

OBJETIVOS

Este curso está dirigido a Analistas senior de Desarrollo de Negocio, Control de Gestión y funciones afines. Jefaturas de áreas funcionales y de negocio que necesiten comprender la estrategia de la organización y los efectos que afectan su diseño y ejecución. Gerentes y subgerentes que tengo la responsabilidad de desarrollar o implementar la estrategia de sus organizaciones. Gerentes y subgerentes con responsabilidades sobre asuntos públicos y regulatorios, legales, institucionales y relaciones con la comunidad. Dueños de empresas medianas y pequeñas que busquen potenciar la gestión estratégica de su negocio.

METODOLOGÍA

La metodología de UAI Online contempla clases en línea con diferentes elementos de aprendizaje individual que incluye controles por clase, lecturas, tareas y videos multimedia con el contenido del programa de estudio, por su parte, el aprendizaje colaborativo se fomenta a través de Foro de la Clases de discusión entre los participantes del curso.

El curso tiene una duración de 8 semanas para las clases online, que incluyen material de lectura obligatoria y lecturas complementarias y las actividades evaluativas a fin de desarrollar los conocimientos contemplados por el mismo.

CONTENIDOS

- El Entorno Nonmarket
- La estrategia más allá del mercado
- Los desafíos de entorno y la acción colectiva
- La acción nonmarket en el entorno político publico
- La acción nonmarket frente a la opinión publica
- La acción nonmarket y la crisis de reputación
- La acción nonmarket en el entorno político privado
- El Entorno Político Privado

PROFESOR



Ariel Casarín

Ph.D in Business

Ph.D en Business, University of Warwick, Reino Unido, 2004.

Master of Science in Economics and Finance, University of Warwick, Reino Unido, 1997.

Master of Arts in Finance, Universidad CEMA, Argentina, 1995.

Bachelor in Business, Universidad Católica de Córdoba, Argentina, 1994.

Sus líneas de investigación están vinculadas a la economía empresarial y a la aplicación de la economía política a la estrategia en situaciones más allá del mercado, como, en las relaciones de las empresas con el gobierno y la vinculación de las compañías con distintos actores de la sociedad. Sus actividades de docencia se concentran en cursos de estrategia, economía empresarial y non-market strategy. Ha escrito más de veinte casos sobre estrategias de mercado y no mercado de empresas locales y multinacionales operando en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay. Desde 2010, es también profesor visitante de la Universidad de San Diego, en California. Es miembro activo de la Asociación Argentina de Economía Política, la Asociación Europea para la Investigación en Economía Industrial (EARIE) y la Strategic Management Society.

Sus actividades profesionales se relacionan con la aplicación de la economía, las finanzas y el análisis estratégico a problemas de negocios, industriales y regulatorios, habiendo desarrollado actividades de consultoría para empresas de diversos sectores y países, entes reguladores, cámaras empresariales y entidades como la Procuración del Tesoro de la Nación (Argentina), el World Institute for Development Economics Research (Finlandia) y el United Nations Research Institute for Social Development (Suiza).