

“ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA”

**“Formulación e Implantación de Estrategias para
áreas Básica.”**

C.P. VÍCTOR TADEO CRUZ RECINOS

PRESENTA LA ALUMNA:

Adriana Monjaras Pérez

GRUPO, SEMESTRE Y MODALIDAD

**7º cuatrimestre (D) Administración
De Empresas, Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa chis.
18 DE OCTUBRE DEL 2020**

“Formulación e Implantación de Estrategias para áreas Básica.”

4.1 Formulación e Implantación de

La misión es una declaración en la que se describe el propósito o razón de ser de la organización y la visión es lo que la organización pretende alcanzar a largo plazo

4.2 Financiera

La planeación y el control. En primera instancia se debe considerar en el marco que ésta se manifiesta dentro de la estrategia empresarial; y después evaluar los resultados económicos financieros actuales de manera de corregirlo en la planeación a través de un plan de acción.

4.3 Recursos Humanos

Es el plan o el enfoque global que adopta una empresa para garantizar la contribución efectiva (eficiente y eficaz) de su personal con el propósito de cumplir la estrategia empresarial.

4.4 Producción

Se describe como "un plan de acción a largo plazo para la función Producción en el que se recogen los objetivos deseados, así como los necesarios cursos de acción y la asignación de los recurso, cuyo requisito fundamental es contribuir al logro de los objetivos globales de la empresa en el marco de su estrategia empresarial y corporativa, dando como resultado un patrón consistente para el desarrollo apropiado de las decisiones tácticas y operativas del subsistema

4.5 Mercadotecnia

Consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing

4.8 De integración

Buscan controlar o adquirir el dominio de los distribuidores, de los proveedores o de la competencia; por lo cual existen tres tipos de Estrategia de Integración: Integración hacia delante, Integración hacia atrás e Integración Horizontal

4.9 Ofensivas

Son básicas en el uso de las fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de estrategias son las más recomendadas. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios

4.10 Defensivas

Tratan de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución. En un mercado competitivo todas las empresas

4.11 Internacionales

Se las puede catalogar como estrategias globales, y se las usa para empresas que desean entrar en mercados ajenos al actual, y que se distinguen de los presentes por su comportamiento y posición geográfica.

4.12 Asignación y Control de Recursos

Es una necesidad impostergable el uso de las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones, como apoyo a la asignación de los recursos en los proyectos, con el objetivo de obtener la información necesaria para el control de ejecución por cortes en el proceso de dirección.

4.13 Ventaja Competitiva

Elaboración del producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes,

4.14 Auditoria del desempeño

Es un esfuerzo concentrado que requiere el estudio simultáneo de las fortalezas y de las debilidades internas de la empresa y de las oportunidades y amenazas externas que pueden tener un efecto positivo o negativo en la organización

4.15 Diversificación

La empresa llega a nuevos mercados. Es decir, con esta estrategia una empresa puede incrementar su oferta presentando a los clientes varios productos

