

FORMULACION E IMPLMENTACION

ADMINISTRACION ESTRATEGICA

CP. VICTOR TADEO CRUZ

PRESENTA EL ALUMNO:

VICTOR MANUEL CÀRDENAS GORDILLO

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

7 CUATRIMESTRE “D” ADMINISTRACIÒN

Frontera Comalapa, Chiapas

15/10/2020

Formulación e Implantación de Estrategias para áreas Básica

Formulación e Implantación de una estrategia

La formulación de la estrategia parte del establecimiento y revisión de la misión, visión y valores de la organización por parte de la alta dirección.

El proceso de formulación de la estrategia no termina con el establecimiento de las metas, sino que debe determinar cómo alcanzarlas a partir de la posición actual de la organización.

FINANCIERA

La estrategia financiera empresarial, debe estar concebida en dos momentos, que se interrelacionan mutuamente: La planeación y el control.

RECURSOS HUMANOS

La estrategia de 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.

PRODUCCION

La función de Producción, en su perspectiva más contemporánea, se constituye en un eslabón clave de la organización para responder de manera efectiva y distintiva, al cúmulo creciente de necesidades, deseos y expectativas de los clientes, para lo cual es necesario diseñar, formular y poner en práctica estrategias de producción adecuadas y pertinentes.

MERCADOTECNIA

la estrategia de mercadotecnia "comprende la selección y el análisis del mercado, es decir, la elección y el estudio del grupo de personas a las que se desea llegar, así como la creación y permanencia de la mezcla de mercadotecnia que las satisfaga

DE INTEGRACION

Las Estrategias 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.

OFENCIVAS

Las Estrategias ofensivas, son básicas en el uso de las fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas.

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.

DEFENCIVAS

tratan de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas.

El objetivo de una estrategia defensiva es la de reducir el riesgo de una ataque y disminuir el impacto negativo.

INTERNACIONALES

Estas estrategias 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.

ASIGNACIÓN Y CONTROL DE RECURSOS

es posible realizar determinados cálculos que faciliten los análisis y la toma de decisiones, teniendo presente la ruta crítica, el costo y la disponibilidad de recursos del ejecutor.

El objetivo del trabajo es presentar diferentes estrategias para la asignación de recursos con el uso de los sistemas presupuestarios automatizados, atendiendo a los recursos disponibles por la empresa

VENTAJA COMPETITIVA

La estrategia competitiva consiste en lo que está haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva

AUDITORIA DEL DESEMPEÑO

La auditoria de 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 y en sus esfuerzos para lograr el futuro deseado.

DIVERSIFICACIÓN

La estrategia de diversificación es la amplitud de productos de la empresa. Con una estrategia de diversificación la empresa llega a nuevos mercados. Es decir, con esta estrategia una empresa puede incrementar su oferta presentando a los clientes varios productos, ya sean relacionados o no con el giro del negocio.