

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CAMPUS COMALAPA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GRADO: SEPTIMO CUATRIMESTRE GRUPO: "D"

TEMA: FORMULACION E IMPLANTACION DE ESTRATEGIAS PARA AREAS BASICAS

NOMBRE DEL CATEDRÁTICO: VICTOR TADEO CRUZ RESINOS

NOMBRE DEL ALUMNO: MARTINEZ LOPEZ YORDI JOSE

MODALIDAD: SEMIESCOLARIZADO.

FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS.

18 DE OCTUBRE DEL 2020

Formulación e implantación de estrategias para áreas básicas

Formulación e implantación



Parte del establecimiento y revisión de la misión visión y valor de la organización por parte de la alta dirección

Financiera



Debe de estar concebido a la planeación y control en primera instancia se debe de considerar en el marco en que esta se manifiesta dentro de la estrategia empresarial

Recurso humano



Es el plan o el enfoque global que adopta una empresa para garantizar la contribución efectiva eficiente y eficaz

producción



Se describe como un plan de acción a largo plazo para la función producción

mercadotecnia



Es la lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia y consiste en estrategias específicas para mercados meta

De integración



Busca controlar o adquirir el dominio de los distribuidores de los proveedores o de la competencia

Formulación e implantación de estrategias para áreas básicas

Ofensivas

Son básicas en el uso de las fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas

Defensivas

Tratan de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno valiéndose de las fortalezas

Internacionales

Se pueden catalogar como estrategias globales y las usan las empresas que desean entrar en mercados ajenos al actual

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

Auditoria del desempeño

Es un esfuerzo concentrado que requiere el estudio simultaneo de las fortalezas y de las debilidades internas de la empresa y de las oportunidades y amenazas de la empresa

Diversificación

Es la amplitud de productos de la empresa