



Mi Universidad

SUPER NOTA

NOMBRE DE LA ALUMNA: NELY LUCINDA ORTIZ DIAZ.

NOMBRE DEL TEMA: UNIDAD III Y IV.

PARCIAL: 1°

NOMBRE DE LA MATERIA: ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.

NOMBRE DEL PROFESOR: DANIEL PEREZ.

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: ADMINISTRACION Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS.

CUATRIMESTRE:6°

FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS A 18 DE JUNIO DEL AÑO 2024.

“INTRODUCCION”

En este presente trabajo abordare algunos temas muy importantes y a la vez interesantes, ya que a lo largo de nuestra vida nos será de gran ayuda, como alumnos que somos y profesionales que seremos algún día para ello es importante saber y conocer acerca de Administraciones estratégicas que forma parte de la unidad III y la unidad IV Formulación e implantación de la Estrategias y ventajas competitivas sus conceptos y herramientas, como podemos ver la unidad III, nos habla acerca de la administración ya que es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones internacionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivo, en el que el estratega intenta comprender la posición estratégica de la organización; la elección estratégica tiene que ver con la formulación de las posibles acciones a emprender, su valoración y la elección entre ellas, y la implantación que ocupa tanto de planificación de cómo poner en práctica la estrategia elegida, así como de dirigir los cambios necesarios, por lo tanto, es el conjunto de compromisos, decisiones y actos que una empresa necesita llevar a cabo para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores al promedio y la unidad IV, es para lograr una ventaja competitiva es importante efectuar un correcto análisis interno y externo de la empresa, que nos favorecerá y ubicara en el mercado como los mejores. La competencia determina el éxito o fracaso de las empresas. El objetivo es establecer una posición rentable, de preferencia, percepción, única, determinante y sostenible frente a las fuerzas que rigen la competencia en el ámbito empresarial, como dice Michael E. Porter define la ventaja competitiva, en su libro que lleva el mismo nombre, como la búsqueda de una posición favorable dentro del ámbito empresarial, escenario fundamental donde se efectúa la competencia, ya que la ventaja competitiva constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición de preferencia entre los ojos del mercado; se entiende como aquella que constituye un factor diferencial en las características de una empresa, un producto o servicio que los clientes, consumidores o usuarios perciben como único y determinante, por lo cual La posición que se ocupa dentro del ámbito empresarial es un aspecto fundamental de la estrategia competitiva. De esto depende si su rentabilidad se ubicara por arriba o debajo del promedio. Una empresa que consigue posicionarse bien, podrá obtener altas tasas de rendimiento aun cuando la estructura del ámbito empresarial sea desfavorable y, por lo mismo, la rentabilidad sea modesta.

UNIDAD III

ADMINISTRACIONES ESTRATEGICAS

CONCEPTO



Es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones interfuncionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos.



ANÁLISIS INTERNO

El análisis interno, debe hacerse un enfoque estratégico de fortalezas y debilidades de la empresa, abarcando la investigación lo relacionado a los siguientes puntos:

- Estrategia actual de la empresa, es decir, como está funcionando.
- Cadena de valor de la empresa.
- Problemas estratégicos de la empresa.



FASES DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.

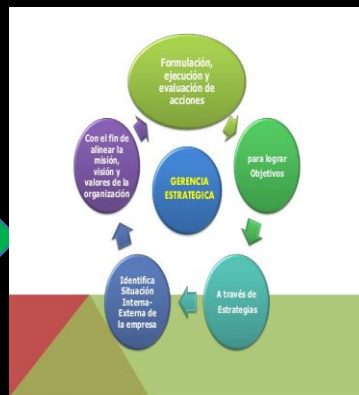


La misión es una meta general basada en suposiciones de los directivos en cuanto a los propósitos, competencias y lugar de la organización en el mundo.

CARACTERISTICAS



- Desafiantes
- Consistentes
- Alcanzables
- Motivantes
- Por orden de prioridad
- Mensurables
- Especificos
- Claros



ANÁLISIS EXTERNO

Las organizaciones funcionan en un ambiente global, el cual está integrado por el ámbito económico, demográfico, político, jurídico y la regulación gubernamental, además del aspecto tecnológico, las fuerzas competitivas, los grupos estratégicos, movimientos estratégicos de la competencia y factores clave de éxito de la competencia.

Los directivos necesitan comprender la situación del ámbito empresarial para ver que es prioritario para el éxito competitivo y que es menos importante. Requieren saber qué clase de recursos son competitivamente valiosos.



AMBITO TECNOLÓGICO



El sector tecnológico contempla a las instalaciones y funciones necesarias para crear conocimientos nuevos y transformarlos en información, productos, servicios, procesos y materiales nuevos.



FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATÉGIA

ESTRATEGIA Y VENTAJAS COMPETITIVAS.



Para lograr una ventaja competitiva es importante efectuar un correcto análisis interno y externo de la empresa, que nos favorecerá y ubicará en el mercado como los mejores.

Estrategia y ventaja competitiva

La ventaja competitiva existe cuando la estrategia de una empresa la permite

- Defenderse contra las fuerzas competitivas y
- Afianzar a los clientes

Clave para ganar la ventaja competitiva

- Convencer a los clientes de la empresa de que el producto u ofertas de servicio tienen valor superior
- Ofrezcales un producto bueno a los compradores a un más bajo precio
- Use la diferenciación para proporcionar a los compradores un mejor producto y que piensen merece la pena un precio superior

McGraw-Hill/Irwin Copyright © 2001 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved.

ESTRATEGIA TECNOLÓGICA



La estrategia tecnológica es como la empresa se desarrolla y emplea la tecnología. Dado que el cambio tecnológico puede influir en la estructura del ámbito empresarial y en la ventaja competitiva, la estrategia tecnológica se convierte en elemento básico de la estrategia competitiva global de una empresa.



OBJETIVO



El objetivo es establecer una posición rentable, de preferencia, percepción, única, determinante y sostenible frente a las fuerzas que rigen la competencia en el ámbito empresarial.

TIPO DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES



La estrategia de una empresa se transforma a lo largo del tiempo, surge en una base de acciones planeadas, que los directivos tienen para elaborar movimientos que enfrentan y dan solución.

TIPOS DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES



ESTRATEGIA CORPORATIVA.

Estrategia Corporativa

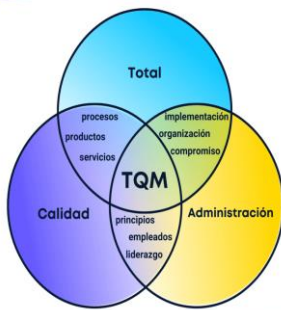
Qué es y Tipos



Es importante que los directivos adapten la estrategia a las necesidades de la empresa y logren así una mayor noción de como sopesar las diversas consideraciones internas, externas, así como ubicar las ventajas y desventajas de las estrategias con las que compete la empresa.

La calidad total es la suma de las calidades; expresa el cumplimiento de los requisitos establecidos por los clientes; es la recolección de los esfuerzos de las personas que conforman una organización productora de bienes o servicios, sin los cuales la cadena de valor no sería posible,

Gestión de la calidad total (TQM)



CULTURA CORPORATIVA



La cultura organizacional es el conjunto de suposiciones importantes acerca de la organización, sus metas y prácticas, que comparten los integrantes de la misma.

“CONCLUSION”

Para concluir este presente trabajo daré a conocer lo aprendido sobre los temas ya mencionado anteriormente ya que es muy importante porque nos será de gran utilidad para cada uno de nosotros por ello podemos saber acerca de la Administraciones estratégicas sobre la unidad III, para ello se analizó de cómo estos puntos son muy interesantes dentro de la una empresa ya que es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones internacionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivo, en el que el estrategia intenta comprender la posición estratégica de la organización; la elección estratégica tiene que ver con la formulación de las posibles acciones a emprender, su valoración y la elección entre ellas, y la implantación que ocupa tanto de planificación de cómo poner en práctica la estrategia elegida, así como de dirigir los cambios necesarios, por lo tanto, es el conjunto de compromisos, decisiones y actos que una empresa necesita llevar a cabo para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores al promedio y la Estrategias y ventajas competitivas sus conceptos y herramientas de la unidad Iv sirve para lograr una ventaja competitiva es importante efectuar un correcto análisis interno y externo de la empresa, que nos favorecerá y ubicara en el mercado como los mejores. La competencia determina el éxito o fracaso de las empresas. El objetivo es establecer una posición rentable, de preferencia, percepción, única, determinante y sostenible frente a las fuerzas que rigen la competencia en el ámbito empresarial, Michael E. Porter define la ventaja competitiva, en su libro que lleva el mismo nombre, como la búsqueda de una posición favorable dentro del ámbito empresarial, escenario fundamental donde se efectúa la competencia. La posición que se ocupa dentro del ámbito empresarial es un aspecto fundamental de la estrategia competitiva. De esto depende si su rentabilidad se ubicara por arriba o debajo del promedio. Una empresa que consigue posicionarse bien, podrá obtener altas tasas de rendimiento aun cuando la estructura del ámbito empresarial sea desfavorable y, por lo mismo, la rentabilidad sea modesta Este tipo de estrategia genérica es quizá la estrategia más clara. En ella la empresa busca convertirse en el fabricante de costo más bajo en el ámbito empresarial donde compite. Su ámbito es extenso, atiende a muchos de sus segmentos y hasta puede operar en ámbitos empresariales afines; su amplitud a menudo es necesaria para la venta de costos.

“BIBLIOGRAFIA”

Aramburu Goya, N. (2013). Organización de empresas (3a. ed.). San Sebastián, Spain: Publicaciones de la Universidad de Deusto.

Pavía Sánchez, I. (2012). Organización empresarial y de recursos humanos (UF0517). Málaga, Spain: IC Editorial.

Polanco, Y. J. Santos, P. y Cruz, G. A. D. L. (2020). Teoría y estructura organizacional. Universidad Abierta para Adultos (UAPA).

Münch, Lourdes (2017). Fundamentos de administración. Ciudad de México: Mcgraw Hill.

