

## Direccion Estrategica De La Empresa La 5 Ed Teori

Dirección estratégica y planificación financiera de la PYME intenta acercar, de una manera sencilla y con un lenguaje científico claro, las referidas técnicas a las personas encargadas de gestionar las empresas comerciales, industriales y deservicios, dotadas de una dimensión reducida.INDICE: La pequeña empresa. Técnicas y sistemas de dirección. Integración de objetivos, estructura financiera y gestión presupuestaria. El sistema de objetivos y el proceso de formulación de estrategias. Un modelo de planificación estratégica para la PYME. La importancia de la planificación financiera en el contexto de la dirección estratégica empresarial. Funciones y objetivos de la dirección financiera en las pequeñas empresas, etc.

El sector hotelero presenta particularidades y retos estratégicos que requieren una aproximación diferente a la que se presenta en la literatura clásica y que configura una Dirección Estratégica de la Empresa Hotelera de carácter muy específico. Si usted es responsable de mantener su empresa hotelera en funcionamiento y de que el negocio sea rentable, en este libro encontrará los medios para resolver muchos de los problemas y retos estratégicos a los que se enfrenta cotidianamente: ¿Cómo y por qué algunos Directivos Hoteleros son capaces de ver las oportunidades que presenta el Entorno y otros no lo son? ¿Quiénes son nuestros clientes y cómo les afectan los cambios en el Entorno? ¿Podemos conseguir más ingresos en los mercados existentes o debemos explorar nuevos mercados? ¿Cómo decidiremos si nuestra empresa hotelera se concentrará en un solo negocio o se diversificará en diferentes negocios? ¿Cómo vamos a competir en segmentos de mercado específicos para conseguir una ventaja competitiva sobre nuestros competidores? ¿Cómo seleccionaremos las Estrategias Competitivas que crearán más valor a largo plazo? ¿Cómo asignaremos nuestros recursos y capacidades a las Estrategias Competitivas seleccionadas para conseguir ventajas competitivas? ¿Cómo se relacionan nuestros objetivos con nuestras Estrategias Competitivas y con las Competencias Centrales y la estructura organizativa necesarias para ejecutar esas estrategias? Este libro contiene la información y los conocimientos indispensables para: Utilizar los modelos, las herramientas y las técnicas más adecuados para el análisis y el diagnóstico de las tendencias y los retos estratégicos actuales y futuros del sector hotelero, y para la formulación de estrategias competitivas sostenibles a largo plazo. Desarrollar las competencias y habilidades que les permitirán pensar de manera estratégica sobre la formulación y la ejecución de estrategias que creen valor y ventajas competitivas para su empresa hotelera. Aplicar las herramientas de análisis y toma de decisiones estratégicas a su propio hotel, para mejorar su posicionamiento competitivo. Adquirir los conocimientos y ejercitar las competencias necesarias para asumir posiciones de liderazgo en su empresa hotelera. Comprender los conceptos e ideas clave de la Dirección Estratégica, a partir del estudio de casos de empresas del sector hotelero. Este libro va dirigido a lectores que ya posean cualificaciones o experiencia en la dirección y la gestión hotelera, y que tengan que enfrentar, desde una perspectiva informada, los dilemas y los retos estratégicos a los que se enfrenta el sector hotelero internacional más allá de la gestión de las operaciones cotidianas. De manera más específica, va dirigido a la Alta Dirección de Empresas y Cadenas Hoteleras: Consejo de Administración, Director General, Director de Finanzas, Director Comercial, Director de Operaciones, Director de Relaciones Públicas, Director de Recursos Humanos y Gerente General. También a Estudiantes de Programas de Postgrado y de Educación Ejecutiva sobre Dirección y Gestión Hotelera, Turismo y Dirección y Gestión de Empresas Turísticas.

metodología, técnicas y casos

Cuadernos de dirección estratégica y planificación

Dirección estratégica de los negocios

fundamentos para la formulación de la estrategia

Este libro se dirige a quienes desean conocer aspectos particularmente relevantes del funcionamiento de las empresas de comunicación. No se plantea sustituir otras facetas necesarios para el aprendizaje de las tareas directivas, como la experiencia o la reflexión personal; tampoco pretende ser un manual tradicional, porque ni es omnicomprensivo ni se abordan las cuestiones más comprometidas con pretensión de neutralidad. El autor explica que en su planteamiento ha partido de la confianza en que las personas son capaces de afrontar retos, superar dificultades, sacar lo mejor de sí mismos y trabajar con iniciativa y constancia. Y los lectores a los que se dirige son aquellos a quienes les interesa completar su conocimiento de las empresas de comunicación, pero no porque les atraiga la potencialidad de la tecnología o la eficiencia de un plan de marketing, sino, sobre todo, porque les interesen las personas y sean conscientes de que los medios pueden configurar una sociedad más justa y libre.

Las empresas son organizaciones económicas que necesitan aplicar una estrategia que les permita sobrevivir en un escenario de globalización y competencia donde las fuerzas del mercado son difíciles de controlar. La formulación y puesta en marcha de esta estrategia corresponde a la dirección estratégica de la empresa. Estrategia y dirección son las dos caras de una misma moneda que pueden favorecer la evolución de la pyme, impulsando la consecución de objetivos, la supervivencia en circunstancias adversas, el nivel de eficiencia o la maximización de beneficios. Con este material didáctico, Ideaspropias Editorial le ofrece la posibilidad de conocer las bases de la dirección estratégica, incluyendo el análisis, la formulación, la elección y la aplicación de estrategias. 'Dirección Estratégica de la Pyme' es, además, un manual de fácil lectura en el que, al finalizar cada una de las unidades didácticas, encontrará ejercicios prácticos que le servirán de gran ayuda para fijar muchos de los conceptos que en él se recogen.

La Dirección Estratégica en la Empresa Hotelera

Dirección estratégica

Dirección Estratégica de la Pyme

Dirección estratégica para el siglo XXI

Si usted es responsable de mantener su empresa hotelera en funcionamiento y de que el negocio sea rentable, en este libro encontrará a los medios para resolver muchos de los problemas y retos estratégicos a los que se enfrenta cotidianamente: ¿Quiénes son nuestros clientes y cómo les afectan los cambios en el Entorno? ¿Podemos conseguir más ingresos en los mercados existentes o debemos explorar nuevos mercados? ¿Cómo decidiremos si nuestra empresa hotelera se concentrará en un solo negocio o se diversificará en diferentes negocios? ¿Cómo vamos a competir en segmentos de mercado específicos para conseguir una ventaja competitiva sobre nuestros competidores? ¿Cómo seleccionaremos las Estrategias Competitivas que crearán más valor a largo plazo? ¿Cómo asignaremos nuestros recursos y capacidades a las Estrategias Competitivas seleccionadas para conseguir ventajas competitivas? Este libro contiene la información y los conocimientos indispensables para: -Utilizar los modelos, las herramientas y las técnicas más adecuados para el análisis y el diagnóstico de las tendencias y los retos estratégicos actuales y futuros del sector hotelero, y para la formulación de estrategias competitivas sostenibles a largo plazo. -Desarrollar las competencias y habilidades que les permitirán pensar de manera estratégica sobre la formulación y la ejecución de estrategias que creen valor y ventajas competitivas para su empresa hotelera. -Aplicar las herramientas de análisis y toma de decisiones estratégicas a su propio hotel, para mejorar su posicionamiento competitivo. -Adquirir los conocimientos y ejercitar las competencias necesarias para asumir posiciones de liderazgo en su empresa hotelera. -Comprender los conceptos e ideas clave de la Dirección Estratégica, a partir del estudio de casos de empresas del sector hotelero.

Esta obra ofrece una exposición conceptual y práctica de la formación y el desarrollo de la estrategia en las organizaciones. Dicha exposición se lleva a cabo a través de la presentación de casos basados, la mayoría de ellos, en situaciones y experiencias reales de empresas y de organizaciones sin ánimo de lucro españolas e internacionales muy conocidas. El contenido se articula en tres partes diferenciadas pero integradas en sus contenidos: la primera explica los procesos de formación y formación de la estrategia, la segunda analiza las principales estrategias empresariales desde la perspectiva práctica de los casos considerados, y la tercera aborda el desarrollo de la estrategia o su implantación práctica, también a través de casos concretos. La obra constituye una guía de estudio, reflexión y análisis práctico del desarrollo de la estrategia o de los aspectos relevantes de la teoría y la práctica de la dirección estratégica, desde la perspectiva actual de las organizaciones de la sociedad del conocimiento.

Dirección estratégica de empresas de comunicación

(1o. licenciatura en ciencias del trabajo)

Dirección estratégica y planificación financiera de la PYME

Elementos de dirección estratégica de la empresa

El manual sobre dirección estratégica proporciona todo el conocimiento necesario sobre el perfil estratégico de la empresa, detectando así la relación entre el producto ofrecido y el mercado. Permite analizar el impacto de las nuevas tecnologías en el mercado, determinando la necesidad de adaptarlas a la gestión de las empresas y actuar ante los riesgos de competencia de algunas estrategias. Tema 1. Competitividad y management estratégico. Tema 2. Organización y estructura estratégicas. Tema 3. Análisis del entorno general y el entorno específico. Tema 4. Diagnóstico interno y diagnóstico estratégico. Tema 5. Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial. Tema 6. Herramientas estratégicas de gestión.

Este libro es fruto de más de 30 años de experiencia del autor como responsable corporativo de planificación, como consultor externo en organizaciones y empresas públicas y privadas, y formador en el área de la planificación estratégica en acciones formativas públicas y, sobre todo, 'in company'. El libro presenta: Un conjunto de principios de inexcusable cumplimiento si se quiere tener éxito en el diseño e implantación de sistemas de planificación. Un amplio 'herramental' de modelos y técnicas de planificación, ampliamente utilizadas en los procesos de planificación. Una metodología suficientemente contrastada con una prolongada práctica. Un caso concreto que sigue todas las fases del proceso y emplea la mayoría de las técnicas. Y un conjunto de anécdotas que ilustran los conceptos, al tiempo que dan amenidad al estudio del libro. El libro se dirige a los profesionales de la planificación en las empresas y organizaciones, y a los alumnos de las Universidades y Escuelas de Negocio que tienen la asignatura de planificación en sus programas.

Dirección estratégica en la empresa

Análisis estratégico de la empresa

Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa 2016

La Dirección estratégica de la empresa como nueva respuesta a las exigencias de la dirección empresarial

***INDICE: La planificación empresarial. Sistemática y principios. La política de gestión y la dirección de empresas. Los factores generadores del cambio cultural. El cambio en el factor humano y la gestión directiva. Conexión entre la prospectiva y la estrategia. El método de los escenarios. Análisis de las estrategias de los actores. El modelo MACTOR. Evaluación, planificación y gestión de la competitividad, productividad y calidad total. Pronósticos, segmentación y análisis de clientes y proveedores. El estudio de las matrices de cartera. La planificación financiera.***

***Herramientas estratégicas de las Relaciones Públicas con aplicación internacional, acordes con los procesos de globalización que vivimos día a día. Este libro estudia las Relaciones Públicas y Comunicación Integral, así como su ejercicio profesional como herramienta y estrategia para persuadir a los públicos de los que dependemos, logrando la credibilidad y confianza de nuestros clientes potenciales, de los cuales depende toda organización, para alcanzar la excelencia y el liderazgo. Se analiza cómo las Relaciones Públicas y la Comunicación contribuyen a la gestión de la empresa, haciendo participe a todo el equipo para fundamentar las bases de una comunicación externa positiva. De interés para profesionales de cualquier sector Alto contenido práctico, Ofrece pautas de acción basadas en la amplia experiencia profesional de los autores.***

***Dirección estratégica de la empresa***

***Casos de dirección estratégica de la empresa***

***(desarrollo, introducción y adaptación de la estrategia de la empresa)***

***prácticas avanzadas : un enfoque de marketing***

Esta obra ofrece una exposición conceptual y metodológica de la estrategia y su proceso de formación en las organizaciones. El contenido se articula en tres partes diferenciadas pero secuencialmente relacionadas: la primera presenta los fundamentos teóricos de la dirección estratégica, la segunda desarrolla el proceso de formación de la estrategia, considerando sus categorías conceptuales, y la tercera analiza los nuevos enfoques que construyen el marco doctrinal y de desarrollo práctico de la dirección estratégica actual. La obra constituye una guía de estudio, reflexión y crítica para entender el contenido y proceso de formación de la estrategia, a la vez que ofrece las bases para comprender el alcance teórico y práctico que expresa la dirección estratégica, en especial desde los enfoques modernos que la configuran basados en el conocimiento, la complejidad y la innovación.

La obra Dirección estratégica para el siglo XXI es, ante todo, un manual de dirección estratégica y estrategia. Pero, como su título evidencia, no se trata de otro manual más, sino que, a partir de una visión transdisciplinar de la dirección estratégica y la estrategia de empresa, revisa la evolución viva de la gestión estratégica en este cambio de siglo, desde el enfoque tradicional y ortodoxo de la dirección estratégica de la segunda mitad del siglo XX hasta los actuales enfoques emergentes que, guiados por la recuperación de unos valores universales, discurren por lógicas distintas a las del crecimiento, la competencia y el beneficio económico en sus propuestas ante el nudo gordiano en el que la globalización nos sitúa. Además, esta obra también va más allá de los manuales de dirección estratégica y estrategia habituales ya que su carácter no solo es científico, sino además divulgativo. Así, el libro presenta y desarrolla los pilares fundamentales del paradigma moderno de la gestión o dirección estratégica, analiza desde otras disciplinas científicas sus contradicciones intrínsecas y examina algunos de los principales nuevos enfoques de gestión en cierto modo aún emergentes, pero llamados a ocupar un papel protagonista de ahora en adelante. En cuanto a la organización de sus contenidos, el manual se divide en tres partes: Dirección estratégica hasta el siglo XX, Un ejercicio aplicado: el mundo en transición y Dirección estratégica para el siglo XXI. Todas las partes están interrelacionadas y, se ha apuntado, describen de forma fidedigna la evolución de la dirección estratégica en este cambio de siglo. Finalmente, y también a diferencia de los manuales tradicionales, se incluye un capítulo de conclusiones. La obra abre al lector la mayoría de las puertas de la materia y le muestra las principales claves de la dirección estratégica para el siglo XXI.

desarrollo de la estrategia y análisis de casos

Dirección estratégica de empresas turísticas

una aproximación práctica

un enfoque práctico : principios y aplicaciones de la gestión del rendimiento

***Como complemento casi imprescindible del libro “La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones”, surge esta cuarta edición del libro “Casos de Dirección Estratégica de la Empresa” con la finalidad de recoger la realidad empresarial como una aplicación práctica de los contenidos teóricos de la Dirección Estratégica. Para conseguir este objetivo, con cada empresa elegida se ha analizado un aspecto concreto del modelo general. En todo caso, las empresas seleccionadas son siempre españolas, todas ampliamente conocidas, lo cual permite al lector una mayor familiaridad y proximidad con los casos presentados. La relativamente amplia selección de casos presentados ofrece la posibilidad de considerar aspectos, variables y comportamientos muy distintos entre sí, llevados a cabo por las diferentes empresas y que cubren casi todas las partes principales del modelo teórico. En definitiva, con el presente texto pretendemos proporcionar una ayuda adecuada para el conocimiento del comportamiento estratégico de algunas de nuestras mejores empresas que, desde el punto de vista docente, facilite la interpretación práctica del modelo de Dirección Estratégica y, desde el punto de vista del directivo o del experto profesional, aporte información para mejorar su actividad ordinaria.***

***Casos de Dirección Estratégica de la Empresa***

***Dirección estratégica de la empresa II***

***(desarrollo, introducción y adaptación de la estrategia de la empresa)¿***

***Cómo utilizar la información en la empresa***