

Fundamentos De Direccion Estrategica De La Empres

Yeah, reviewing a book **fundamentos de direccion estrategica de la empres** could build up your close contacts listings. This is just one of the solutions for you to be successful. As understood, carrying out does not suggest that you have wonderful points.

Comprehending as with ease as arrangement even more than supplementary will provide each success. next to, the message as capably as perspicacity of this fundamentos de direccion estrategica de la empres can be taken as without difficulty as picked to act.

Casos de dirección estratégica de la empresa Luis Ángel Guerras Martín 2020

Estrategia y política de empresa Santiago Garrido Buj 2002 Esta obra presenta una seleccion de articulos y notas que ponen en orden la riqueza del pensamiento estrategico de los grandes autores y la evolucion que ha experimentado desde sus albores hasta culminar en las corrientes actuales. El lector encontrara en estas lecturas desde articulos clasicos sobre los fundamentos de la direccion estrategica hasta las ideas mas avanzadas, como la gestion del conocimiento, y estrategia y medio ambiente.

Fundamentos de la dirección estratégica Jeffrey S. Harrison 2002

Dirección de empresas Ana María Castillo Clavero 2013-09-24 El buen funcionamiento de las empresas es un prerrequisito para el correcto desarrollo de la economía. Para ello será preciso que éstas estén cada vez mejor dirigidas. En esta obra sus autoras desarrollan de forma clara y rigurosa los fundamentos de la dirección de empresas en el entorno complejo y cambiante de la sociedad del conocimiento, para proporcionar los estudios y competencias básicas necesarias para una gestión empresarial eficaz y sostenible desde la referencia fundamental de la responsabilidad social empresarial.

El proceso estratégico de la empresa Carlos J Roch García 2022 El objeto de la obra es profundizar en el estudio y la comprensión del proceso estratégico de la empresa, desde una perspectiva global e integradora, de modo que se logre alcanzar una visión amplia y clara sobre las distintas formas que puede mostrar este proceso. Con tal fin, el autor se ha planteado los siguientes objetivos concretos, que aborda a lo largo del texto: · Establecer un marco teórico. · Presentar un nuevo modelo de aplicación general. · Examinar una serie de casos de estudio. Introducción Parte I. Marco conceptual: Fundamentos de la dirección estratégica. 1. Estrategia empresarial. 2. Dirección estratégica. Parte II. El proceso estratégico de la empresa: Marco teórico. 3. Concepto, aportaciones y tipologías existentes en torno al proceso estratégico. 4. Proceso estratégico de tipo deliberado. 5. Proceso estratégico de tipo emergente. 6. Proceso estratégico compuesto por acciones deliberadas y emergentes. 7. Aspectos que pueden influir sobre el proceso estratégico. 8. Recomendaciones generales para la definición de los

procesos estratégicos en las empresas. Parte III. El proceso estratégico de la empresa: Modelo integrador.

Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas DASI COSCOLLAR, ANGELS

2014-01-01 Esta obra enfatiza la importancia del aprendizaje basado en competencias. Su objetivo es formar a los futuros profesionales de la Dirección de Empresas abarcando el nivel de las habilidades o "saber hacer" y el de las actitudes y los valores o "saber estar", junto a un desarrollo riguroso de los conocimientos o del "saber". Fruto de nuestra experiencia docente y de nuestra participación en proyectos de innovación educativa durante la puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior, detectamos la necesidad de una obra que combinase equilibradamente conocimientos, habilidades y actitudes. Así nació la primera edición. La experiencia docente en los grados y las sugerencias de alumnos y colegas de profesión nos ha ofrecido la oportunidad de actualizar y mejorar la obra en esta segunda edición. Así, el libro Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y habilidades directivas combina tres planos que van desarrollándose de forma incremental: el logro de conocimientos teóricos básicos acerca de la empresa y su dirección; el desarrollo de ciertas habilidades o "saber hacer" -la búsqueda de información, el análisis y la valoración de la misma, la comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo y la toma de decisiones-, imprescindibles para un futuro directivo; y el fomento de actitudes, valores y normas -especialmente, espíritu crítico, tolerancia, actitud emprendedora y cooperación para el trabajo en equipo -necesarias para el desarrollo de la actividad profesional. Este enfoque hacia el aprendizaje activo del estudiante y las competencias profesionales es el elemento distintivo de la obra y está presente en toda ella. Para su elaboración se ha contado con un equipo de cuatro autoras especializadas en diferentes disciplinas pertenecientes al área de Organización de Empresas del Departamento de Dirección de Empresas de la Universidad de Valencia. Las autoras tienen una amplia experiencia docente en asignaturas de grado y máster de diversas titulaciones y han participado en proyectos de innovación educativa que han recibido diversas distinciones por su excelencia.

Strategic Management Fred R. David 2009 "Both the challenges and opportunities facing organizations of all sizes today are greater than ever. Illegal immigration across the U.S.-Mexico border has reached emergency levels. There is less room than ever for error today in the formulation and implementation of a strategic plan. This textbook provides a systematic effective approach for developing a clear strategic plan. Changes made in this twelfth edition are aimed squarely at illustrating the effect of this new world order on strategic-management theory and practice. ... This twelfth edition provides updated coverage of strategic-management concepts, theory, research, and techniques in the chapters."--Preface.

Casos de dirección estratégica de la empresa Luis Ángel Guerras Martín 2020

Fundamentos de estrategia Jessica Bayón Perez 2019-11-21 • Aumentar la competitividad de la empresa logrando ventajas competitivas. • Incrementar el valor añadido para aumentar la ventaja competitiva. • Usar el management estratégico y las principales variables que maneja. • Realizar análisis según el método DAFO. • Saber qué son la misión, la visión y los valores de una empresa y comprender cómo afectan a la definición de estrategias. • Estimar el impacto de la cultura y la estructura empresariales en la adopción de estrategias. • Adoptar decisiones estratégicas de forma correcta y eficaz. • Conocer qué son y cómo funcionan las unidades

estratégicas de negocio. UD1.Competitividad y management estratégico 1. Introducción 1.1 Adaptación permanente 1.2 Ventajas competitivas 2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas 2.1. Origen de las ventajas competitivas 3. Estrategias de generación de valor añadido 4. El pensamiento estratégico y el management estratégico 4.1. Las aptitudes para el management estratégico 5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo 6. Previsión, prospectiva y método de escenarios 6.1. Métodos de previsión 6.2. Métodos de prospectiva 7. El análisis estratégico D.A.F.O. 7.1 Otras herramientas de análisis estratégico 8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa 8.1. El ámbito (scope) y campo de actividad 8.2. Las capacidades distintivas 8.3. Las ventajas competitivas 8.4. La sinergia UD2.Organización y estructuras estratégicas 1. Misión de una empresa 2. Visión de una empresa 3. Valores de una empresa 1. Cultura de la empresa y estrategia. 2. Decisiones estratégicas. 3. Toma de decisiones estratégicas. 4. Niveles de planificación y decisión estratégica: Corporativa, de negocio y funcional. 5. Unidades estratégicas de negocio UD3.Análisis del entorno general y del entorno específico 1. Entorno competitivo general y específico. 1.1.1 Niveles del entorno. 1.1.2 Entorno específico. 1.1.3 Elementos que pueden afectar al entorno. 2. Análisis de fuerzas en el entorno competitivo. 3. Amenazas provenientes de los competidores. 4. Poder de negociación. UD4.Diagnóstico Interno y diagnóstico estratégico 1. Análisis funcional 2. Perfil estratégico de la empresa 2.1 Modelo Canvas 3. Cadena de valor. 4. Diagnóstico estratégico. 5. Modelos de matrices. UD5.Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial 1. Estrategias competitivas. 1.1 Tipos de estrategias genéricas. 1.2 Riesgos en la implementación. 1.3 Riesgos de la estrategia de los costes más bajos. 1.4 Riesgos de la estrategia de diferenciación. 1.5 Riesgos de la estrategia de especialización. 2. Formas de crecimiento empresarial. 3. Integración y diversificación. 4. Estrategias de Internacionalización y globalización de la empresa. 5. Alianzas estratégicas. UD6.Herramientas estratégicas de gestión 1. Benchmarking. 1.1.1 Objetivos del benchmarking 1.1.2 Tipos de benchmarking 1.1.3 Fases del benchmarking 1.1.4 Como herramienta de desarrollo 1.1.5 Beneficios del benchmarking en la organización 1.1.6 Benchmarking digital 1.1.7 Conclusiones 2. Calidad total y mejora continua. 2.1 Los costes de la calidad 2.2 Mejora continua 2.3 Grupos de mejora 2.3.1 ¿Qué es un grupo de mejora? 2.3.2. Utilidad de los grupos de mejora 2.3.3 Claves del éxito 3. Gestión de la innovación y el conocimiento. 3.1. Innovación de ruptura 3.2. La innovación incremental 3.3. ¿Qué hace innovadora a una empresa? 3.4. Las personas en la innovación 3.5. Factores que favorecen la innovación 4. El papel de las Nuevas Tecnologías en los cambios de la gestión 4.1. Efectos de las NTI 4.2. Desaparecen las herramientas tradicionales de comunicación 4.3 La gestión del conocimiento en la organización

Casos de dirección estratégica Juan Llopis Taverner 2012-05

Aplicando la clase invertida en empresa, economía y turismo. 2018-06-22 La clase invertida es una metodología docente innovadora de popularidad creciente. Consiste en invertir la forma tradicional de la docencia a la que estamos acostumbrados. Para ello, traslada fuera del aula el aprendizaje teórico, tradicionalmente impartido a través de lecciones magistrales, para utilizar el tiempo en el aula para el trabajo práctico y en grupo del alumnado. Aunque esto se ha utilizado con anterioridad, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido una mayor facilidad en el uso de esta metodología, principalmente por la cantidad de recursos docentes disponibles, como es el caso de los vídeos docentes, que se adaptan muy bien al perfil de los nuevos estudiantes. En este volumen, profesores de las áreas de empresa, economía y turismo dan guías básicas sobre cómo implementar

dicha metodología, incluyendo materiales didácticos y ejemplos sobre como implementarla paso a paso. Cada capítulo es el resultado de la experiencia de los profesores en dichas áreas, fruto del desarrollo de dos proyectos de innovación docente llevados a cabo desde la Titulación de Administración y Dirección de Empresas y la Titulación de Turismo en la Universidad Católica de Murcia. Así, tras una introducción general a la metodología docente que permita su adecuada comprensión y una revisión de su implantación a nivel universitario, los distintos capítulos explican cómo aplicar la clase invertida con ejemplos prácticos de análisis económico, contabilidad, marketing, dirección estratégica y política de empresa, economía de la empresa, economía financiera, economía del turismo, gestión del turismo activo, ocio y tiempo libre, y geografía de los recursos y destinos turísticos. Se incluye, además, un capítulo adicional que explica cómo aplicar la clase invertida también en áreas de formación profesional relacionadas. Este trabajo es por tanto una guía de gran interés para el profesorado de las áreas de empresa, economía y turismo, especialmente a nivel universitario, pero también para el resto de niveles. Los profesores de cualquiera de estas áreas podrán introducirse aquí en la metodología de la clase invertida y, con casos prácticos específicos de cada asignatura, entender de forma sencilla cómo comenzar la implementación de esta metodología. Una forma alternativa de llevar a cabo la docencia que, como afirmó Roach, permite que el profesor pase de ser el guía a convertirse en un acompañante del alumno, quien pasa a ser el verdadero protagonista del proceso de enseñanza-aprendizaje.

La dirección de la empresa asociativa: fundamentos y metodología para una gestión eficiente en las M.A.R.

La dirección estratégica de la empresa Alfonso Vargas Sánchez 1999

Dirección estratégica y planificación financiera de la PYME F. Maqueda Lafuente 1992-02 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.

Fundamentos de administración de empresas Eduardo González Fidalgo 2003 Esta obra tiene como objetivo familiarizar a los estudiantes que se inician en el estudio de la administración de empresas con unos conocimientos básicos de economía, entendiendo el término fundamento como la búsqueda de las teorías y conceptos necesarios para comprender los problemas que se afrontan en la gestión empresarial. El contenido se ha estructurado en tres partes. En la parte primera, análisis organizativo, se estudian las dimensiones básicas del problema de la organización económica: coordinación y motivación. Se incluyen numerosos casos de discusión para que el alumno aplique a situaciones reales las herramientas teóricas tratadas. La parte segunda, resultado y valoración de empresas, se dedica al análisis de los resultados económico-financieros de la empresa y a los criterios para valorar inversiones y empresas. La parte tercera, análisis estratégico, introduce los conceptos esenciales para la dirección estratégica de la empresa. Al final de cada capítulo se incluye una selección de

ejercicios para que el alumno trabaje por su cuenta y sirvan como materia de discusión en las clases prácticas. El enfoque de la obra huye, en la medida de lo posible, de la formalización matemática de los problemas empresariales.

Dirección estratégica de recursos humanos : fundamentos y perspectivas teóricas Natalia García Carbonell 2017-10 El libro Fundamentos y perspectivas teóricas de la dirección estratégica de los recursos humanos propone un enfoque marcadamente teórico y de reflexión sobre el origen y la evolución de la dirección estratégica de los recursos humanos como disciplina de investigación. Orientado fundamentalmente a alumnos de posgrado y doctorado, la obra persigue iniciar al estudiante en los principales argumentos teóricos que dan soporte a la disciplina, así como motivar el análisis de los mismos a través de preguntas de reflexión y el trabajo en equipo.

Fundamentos de la dirección estratégica José Manuel Rodríguez Carrasco 1998

Fundamentos de dirección y gestión de recursos humanos Antonio Aragón Sánchez 2004 Un modelo de análisis para la dirección de recursos humanos. Flujo de trabajo, interdependencias y análisis de puestos en el contexto organizativo. La planificación de recursos humanos. Reclutamiento, selección y socialización. La formación de los empleados. Evaluación del rendimiento. Gestión de retribuciones.

La estrategia expresionista Miguel Arjona Torres 2013-09-06 Un libro sobre los fundamentos de la estrategia desde un enfoque moderno, práctico y actual. Desarrolla los cuatro elementos esenciales del Diseño y Dirección de las Estrategias Competitivas. Propone un nuevo modelo que integra todos los elementos para poder desarrollar una estrategia eficaz.: Los Fundamentos y la Lógica Estratégica. El vocabulario estratégico. El Diseño y Desarrollo de Modelos de Negocio como herramientas clave para la dirección y valoración de empresas. La Innovación integrada en la estrategia desde un enfoque de gestión. La Gestión de las Personas como el activo estratégico fundamental para conseguir los objetivos. Un libro escrito desde la experiencia directiva, docente y emprendedora que te permitirá: Entender los conceptos de estrategia y aplicarlos en tu empresa. Comprender como se crea valor económico y vincularlo con las decisiones clave. Utilizar los modelos de negocio sin necesidad de memorizar lienzos y modelos predefinidos. Diseñar cuadros de mando con sentido común, mapas para visualizar tu modelo de negocio y simulaciones en excel, para comprender el impacto de tus decisiones. Entender los aspectos clave de la innovación como motor de mejoras de la empresa. Cómo diseñar un proceso de innovación y aplicarlo en el día a día. Mejorar la gestión de tus equipos gracias a la comprensión de los procesos de cambio

Teoría y práctica de administración de empresas : fundamentos y opciones estratégicas Fernando Muñoz Bullón 2015

Fundamentos de dirección y administración de empresas Maria Del Mar Fuentes Fuentes 2012-08

Fundamentals of Strategic Management José Emilio Navas López 2013 The main purpose of this book is to be

used for the higher education of undergraduates in Business Administration and Management and other similar degree courses who have an interest in subjects related to Management and Strategy, and who are studying the syllabus in English. The text is especially recommended for short courses, and has been adapted to the teaching methods proposed by the European Higher Education Area (Bologna Process). It is also of use as an introduction to the subject for post-graduate students on courses at universities, business schools and similar institutions, in subjects related to Strategy, as well as a required reference tool for all those professionals and business executives who from a practical perspective assume a predominantly applied view of business and are responsible for managing and advising firms. Through this three-pronged approach, the book is an introductory handbook that covers the more salient issues and problems that make up the theoretical corpus of the management model referred to as Strategic Management. www.guerrasynavas.com

Dirección estratégica Eduardo Bueno Campos 2006 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.

Análisis estratégico de la empresa Juan Ventura Victoria 2008-01

Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa 2016

Optimum Decision Making in Asset Management Carnero, María Carmen 2016-08-24 Asset management is becoming increasingly important to an organization's strategy, given its effects on cost, production, and quality. No matter the sector, important decisions are made based on techniques and theories that are thought to optimize results; asset management models and techniques could help maximize effectiveness while reducing risk. *Optimum Decision Making in Asset Management* posits that effective decision making can be augmented by asset management based on mathematical techniques and models. Resolving the problems associated with minimizing uncertainty, this publication outlines a myriad of methodologies, procedures, case studies, and management tools that can help any organization achieve world-class maintenance. This book is ideal for managers, manufacturing engineers, programmers, academics, and advanced management students.

Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas ANGELS DASÍ COSCOLLAR 2006-11 Esta obra enfatiza la importancia del aprendizaje basado en competencias. Su objetivo es formar a los futuros profesionales de la Dirección de Empresas abarcando el nivel de las habilidades o saber hacer y el de las actitudes y los valores o el saber estar, unido a un desarrollo riguroso de los conocimientos o del saber. El libro combina tres planos que van desarrollándose de forma incremental: el logro de conocimientos teóricos básicos

acerca de la empresa y su dirección; el desarrollo de ciertas habilidades o saber hacer imprescindibles para un futuro directivo; y el fomento de actitudes, valores y normas necesarias para el desarrollo de la actividad profesional. Este enfoque hacia el aprendizaje activo del estudiante y las competencias profesionales es el elemento distintivo de la obra y está presente en toda ella.

Introducción a la gestión de empresas Luis Vázquez Suárez 2020-09-03 Este libro abarca los distintos temas relacionados con la gestión de la empresa: el entorno empresarial, la estrategia y el modelo de negocio, el marketing, los recursos humanos, la dirección, el diseño de la estructura organizativa, las operaciones, y los aspectos contables y financieros. A diferencia de otros textos convencionales de introducción a la administración de empresas, esta obra destaca por dos características. La primera es que desarrolla los contenidos de forma visual, sistemática e intuitiva, gracias al empleo de ciento ochenta figuras y cientos de iconos, que constituye la principal innovación. La segunda es que integra conocimientos prácticos acerca de aspectos relacionados con las habilidades directivas necesarias para la gestión diaria de la empresa, que no suelen ofrecer los manuales tradicionales, sino obras de carácter divulgativo. En particular, se aborda el liderazgo, la motivación, la comunicación, la creatividad, la gestión del tiempo, la gestión de las emociones y el estrés, la delegación, la gestión de equipos de trabajo, la negociación, la gestión de conflictos y la gestión de cambios. Todas estas habilidades se explican de forma práctica describiendo los aspectos que tienen que ver con la planificación, la implementación y el control, con el fin de proporcionar al lector pautas de conducta claras para la gestión. La obra incluye numerosos recuadros y tablas, un amplio glosario y un extenso índice analítico.

Fundamentos de dirección estratégica de la empresa José Emilio Navas López 2012-08

Marketing estratégico para empresas de servicios Javier Maqueda Lafuente 1995 INDICE: Concepto de calidad - breve historia. Visión macroeconómica del sector servicios: la terciarización de las economías desarrolladas. Concepto microeconómico de servicio. La empresa de servicios: una organización específica. Las escuelas de organización y administración de empresas. La empresa de servicios percibida como un sistema. Modelos de management para la dirección de empresas de servicios. La calidad total como herramienta para la dirección y gestión de la empresa terciaria. La calidad del servicio como estrategia para la empresa terciaria. Implantación de la calidad de servicio en la empresa terciaria. Organización de las actividades comerciales. La elaboración del plan de marketing.

Fundamentos de dirección y administración de empresas Eulogio Cordón Pozo 2014-07

Foundations of management Juan Antonio Pérez López 2021-09-01 The purpose of this edition is to open new avenues up for research and resolution of problems, especially in business organizations and institutions with a great impact on people's everyday lives, in which is something easy to observe the relation among effectiveness, efficiency, and consistency. This pressing also collects the extensive experience of the author on Government Decisions and Action. Its mission is to form persons for the practice of management, taken as a profession, and to develop new knowledge in the service of persons, firms, and society as a whole. The content is divided into three parts: The Company as a Human Organization, Governance Decisions and Management

Action. Juan Antonio Pérez López, who died in 1996, was DBS of Harvard University and Professor at the Institute for Advanced Studies in Barcelona Company (IESE), which he also managed. His researches and publications have been focused on issues of Business Organization, which includes and integrates anthropological and ethical aspects too. Rialp has also published his book Theory of human action in organizations.

Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios María Luz Martín Peña Eloísa Díaz Garrido 2018-01-19 Vivimos en un mundo de servicios. La evolución de las sociedades desarrolladas ha supuesto la progresiva tercerización de la economía, con una importante contribución a la generación de riqueza y empleo. Surge así una necesidad de estudiarlo en profundidad desde diferentes perspectivas. La dirección de las operaciones es una de ellas, de las más importantes, puesto que establece las bases de la actividad productiva implicada en la creación y entrega de los servicios. Bajo este planteamiento, Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios, sitúa las operaciones como el núcleo de la actividad empresarial de servicios, dado que son las responsables de la mayor parte de los procesos que intervienen en la creación y prestación del servicio. Los directores de operaciones son los responsables de un amplio porcentaje de costes en la empresa. Desde la definición del servicio, en términos de negocio de servicio, se necesita un planteamiento estratégico. Los sistemas de entrega, la localización de las actividades, la planificación de la capacidad, el personal de front office y de back office, la calidad, son todos temas analizados desde la perspectiva de la dirección de operaciones. Con el libro Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios, queremos contribuir a facilitar el análisis sistemático de la gestión operativa de las empresas de servicios, a las que muchas veces se obvia desde los textos teóricos, y se les aplican conceptos, técnicas y métodos por comparación con lo que es y no es manufactura. Índice PRIMERA PARTE: LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS.- Los servicios en la sociedad actual.- La Dirección de Operaciones en la empresas: bienes y servicios.- La estrategia de operaciones.- SEGUNDA PARTE: DISEÑO DE OPERACIONES EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS: ASPECTOS OPERATIVOS.- Servicio y proceso: el sistema de entrega en servicios.- Localización y distribución en planta.- Capacidad en servicios. Líneas de espera.- El factor trabajo en las empresas de servicios.- TERCERA PARTE: EL CONTROL EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS.- La calidad del servicio.- Medida de la calidad de servicio.- Las tecnologías de la información en los servicios.

La Dirección Estratégica en la Empresa Hotelera Ricardo Lucas Fernández 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.

Fundamentos de dirección y administración de empresas María del Mar Fuentes Fuentes 2014 Introducción. La empresa y la dirección de empresas. Teorías de la empresa. El empresario, la dirección y el gobierno de las empresas. El entorno de la empresa. La dirección estratégica. Objetivos, planificación y control. La función de organización. La dirección de la producción. La dirección financiera. La dirección de recursos humanos. La dirección de marketing.

Administración: de la teoría a la acción

Fundamentos de la dirección de empresas

Dirección estratégica de la pyme Gonzalo Caballero Míguez 2005-12-14 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.

Fundamentos de dirección y administración de empresas

Fundamentos en la dirección de la empresa familiar María José Pérez Rodríguez 2007