

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES CULTURALES

SUMILLA

Curso teórico-práctico que brinda a los estudiantes una aproximación a los principales componentes y herramientas de la gestión estratégica de las organizaciones desde el análisis y despliegue del pensamiento estratégico, el planeamiento, el desarrollo organizacional y la gestión del control. El énfasis principal del curso gira en torno a los conceptos y herramientas para desarrollar una formulación estratégica exitosa.

OBJETIVOS

El objetivo principal de este curso busca que el estudiante comprenda la importancia del establecimiento de una formulación estratégica en organizaciones culturales. Para ello, manejará los conceptos, enfoques y herramientas prácticas para evaluar y proponer un plan estratégico y coherente.

Asimismo obtendrá conocimientos básicos sobre desarrollo organizacional y medición de resultados, elementos claves para la implementación eficiente de un plan estratégico.

CONTENIDOS GENERALES

- ▶ **Estrategia. Elementos básicos.**
¿Qué es y por qué es importante?
Componentes en la formulación estratégica.
- ▶ **Análisis estratégico I: Visión. Misión. Objetivos.**
Factores externos: ¿Por qué son importantes?
Modelo Pestel.
- ▶ **Análisis estratégico II: 5 fuerzas de Porter.**
Mapeo de actores
- ▶ **Análisis estratégico III: Análisis interno.**
Evaluación de recursos y capacidades.
Convirtiendo recursos y capacidades en ventajas competitivas.
- ▶ **Ventajas competitivas: Definición.**
Tipos: Diferenciación. Costos.
Blue Ocean.
- ▶ **Implementación: Estructura organizacional.**
- ▶ **Medición, conclusiones y proyecto.**

METODOLOGÍA

Las sesiones se impartirán bajo la modalidad de clases teóricas, lecturas, casos y trabajos grupales dentro y fuera del aula, en dónde se aplicarán las herramientas aprendidas durante el curso. Esto implica el compromiso de los participantes a revisar el material previo a las sesiones, realizar trabajos de manera grupal y presentar avances periódicos.

LUZ AMELIA SANTANA OLIVEROS



Master in Business Administration (MBA) de la Columbia Business School - USA, Administradora de Empresas de la Universidad del Pacífico y estudios de fotografía en Perú y Francia. Se ha desempeñado como Analista de planeamiento estratégico en Belcorp, Fotógrafa para PuntoEdu en la PUCP, Consultora del Programa de Responsabilidad Social de Columbia Business School, Oficial de inversiones en la International Finance Corporation (Grupo Banco Mundial) y como Fundadora y Gerente General de la Asociación Pequeño Pato Salvaje Editorial, actividad que desarrolla actualmente junto con la docencia en los programas de extensión profesional del MALI.

INFORMACIÓN GENERAL

LUGAR

Museo de Arte de Lima - MALI
Paseo Colón 125, Lima 1

HORARIO Y FECHAS

De 7:00 p.m. a 10:20 p.m.
Viernes 21 y 28 de octubre; 4, 11 y 18 de noviembre, 2 y 16 diciembre.

INCLUYE

Material del curso y certificado de participación por el MALI

INVERSIÓN

S/. 690 (-10% por grupo de 2 personas; -20% por grupo de 3 o más personas y Programa Amigos del MALI - PAM).

* Descuentos no acumulables

ANULACIONES

Se aceptarán solamente hasta el 10 de octubre

MAYOR INFORMACIÓN

Al teléfono 204 0000 - anexo 201, o al correo informes@mali.pe

MUSEO DE ARTE DE LIMA

PASEO COLÓN 125, LIMA 1

T. +511 204 0000

INFORMES@MALI.PE

WWW.MALI.PE

f/MUSEODEARTEDELIMA

t/@MUSEODEARTELIMA

MALI

