

NIRE PRODUKTUEN PORTFOLIOARI BURUZ ERABAKITZEA TESTUINGURUKO KASUAREN MĒTODOA IKASTAROA

GAIA	Estrategia, Ekintzailetasuna eta Berrikuntza
ECTS/ORDUAK	16 ORDU
EGUTEGIA	2023/06/05 - 2023/06/19 As-At
TOKIA	<u>Arrasate-Mondragón</u>
HIZKUNTZA	Gaztelania
MODALITATEA	Aurrez aurrekoa

Informazio gehiago
eta izen-ematea

AURKEZPENA



Hiru dira mikroETeen eta ETEen zuzendaritzak bere produktuen portfolioari buruzko baliabideak nola bideratu erabakitzeke arrazoi nagusiak.

- Gure bezeroek eskatzen diguta oinarri hartuta erabakitzen dugu gure portfolioari buruz (TIERs2)

- Gure bezeroek (TIERs2) eskatzen digutena eta gure merkatu ikerketa oinarri hartuta erabakitzen dugu gure portfolioari buruz
- Gure merkatu ikerketa oinarri hartuta erabakitzen dugu gure portfolioari buruz.

Hala ere, eta nire ikerketatik, arrazoi hauetatik BAT ERE EZ da nahikoa (i) zehatza, (ii) objektiboa, eta (iii) estrategikoki egokia, erakundeetako arduradunek argudio horiek oinarri hartuta erabakitzeko ea egungo produktuen portfolioa (a) handitu, (b) gutxitu, (c) edo mantendu behar duten.

«Context Case» metodoak ikuspegi berri batekin osatzen ditu hiru arrazoi horiek. Ikuspegi berriak elementu berri bat gehitzen dio erakunde baten produktuen portfolioaren gaineko erabakiak hartzeko prozesuari.

HELBURUAK

Ikastaro hau bere zeregin nagusiari erantzuteko diseinatuta dago, hau da, honako hauei erantzuna emateko:

- Gure produktuen portfolioan nola jokatu hobeto erabaki ahal izateko, gure bezeroaren portfolioa ulertuta.

Gainera, bigarren mailako helburu hauek daude:

- Erakundeetako produktuen portfolioari buruz erabakiak hartzeko erabiltzen diren tresna/metodo klasikoen zaharkitzea ulertzea.
- Metodoaren urrats bakoitzak dituen inplikazio estrategikoak ulertzea.
- Erabakia hartzeko irizpidea TIER bakoitzaren ikuspegitik ulertzea.
- Tresnaren erabilera eta Boston Consulting Groupen (BCG) “growth share matrix” matrizea menperatuko dituzu.
- «Iragarpen» kontzeptua ekonomiaren, kostuen eta estrategiaren ikuspegietatik sartzea
- Ulertzea nola “iragarri” aldatetak gure produktuen/zerbitzuen eskarian eta gure portfolioaren konfigurazioan, hornidura kateko kideen (TIER) erabakietan oinarrituta.
- Beharrezko baliabideak maximizatzen jakitea, «iragarpen» horretan oinarrituta.
- Gure portfolioari buruz argudio erreago eta zehatzagoekin erabaki ahal izatea

NORI ZUZENDUA

Trebakuntza hau, batez ere, «Business to business» (B2B) merkatura zuzenduta dago, eta bereziki hirugarren enpresentzako osagaiak fabrikatzen dituzten ETEentzat diseinatuta. Baita I+Gko arduradunei, gerenteei, marketineko zuzendariei, eta produktu/merkatu garapeneko arduradunei ere. Eta produktuen portfolioari buruzko erabakiak hartzeko ardura duten guztiei ere bai.

Automobilgintzaren osagaiaren sektorean diharduten eta bezeroaren edo TIER2aren portfolioan bizitza ziklo zabala duen ez dakiten produktu baterako osagaiak fabrikatzera behartuta dauden erakundeak. Gaingintza ezinezkoa dirudien arriskua. Hala ere, «Context Case» metodoan oinarritutako trebakuntza honek arrisku hori gainditu ahal izateko gaitasuna emango dizu.

PROGRAMA

Ikastaroa 5 lan saiok osatzen dute, eta saio horiek iraungo duten 25 orduetan 5 modulu handi egingo dira.

1. Modulus: Produktuen portfolioa kudeatzeko egungo metodoa interpretatzen

Modulu honetan, erakundeak produktuen portfolioari dagokionez, egun duen erabakiak hartzeko prozesua interpretatuko dugu.

1. Modulus: Proiektu portfolioak kudeatzeko metodo berri baterako sarrera: «Context Case» metodoaren aurkezpena

Modulu honetan «Context Case» metodoa aurkeztuko zaigu. Metodo hau hainbat enpresa kasuk osatzen dute, guztiak automobilgintzaren osagaiaren sektorekoak, eta guztiak produktuen hornidurak kontrakulturalki lotutakoak. Lantaldeko kide bakoitzari «role play» bidez enpresa kasuetako bat esleituko zaio, eta kasu bakoitzeko galderei erantzuteko beharrezko erabakiak hartu beharko ditu. «Context Case» metodoa enpresa bakoitzak aurkeztutako arazoak elkarren artean lotuta egoteko diseinatuta dago, sektore honetako enpresen artean benetako kasuaren bezala.

Modulu honen ondorioz, taldeko kide bakoitzak bere interpretazio indibiduala izango du portfolioko erabakiak hartzeko orduan erabaki beharreko alderdiei buruz.

1. Modulus: «Context Case» metodoa maximizatuz

Modulu honetan, hirugarrenen ekintzak eta portfolioak nola interpretatu ikusiko dugu, produktuen portfolioari dagokionez erabaki egokienak hartu ahal izateko.

1. Modulus: Gure portfolioa gure TIER2 bezeroen portfolioarekin posizionatuko dugu

Modulu honetan gure TIER2 bezeroen «BCG growth share matrix» matrizea eraikiko dugu, eta, horrela, bere portfolioan interpretatu ahal izango dugu zer pentsatu duen estrategia kontuengatik: ezabatzea, mantentzea edo inbertitzea. Horrela, gure portfolioko produktuen arriskua neurtzen jakingo dugu.

1. Modulus: Gure portfolioari buruzko erabakiak hartzea: Gure erabakien arriskua minimizatzen

Modulu honetan gure portfolio estrategia diseinatuko dugu, gure TIER2 bezeroen etorkizuneko estrategiaren interpretazioan oinarrituta.

METODOLOGIA

«Context Case»-ren metodologia German Anituak diseinatu du, «BCG growth share matrix» matrizearen inguruko ezagutzan oinarrituta eta matrize horrek produktuen portfolioan erabakiak hartzeko ekarpen handia egiten duela ikusita. «Context Case»-ren metodologia kontratu bidez lotutako enpresen 4 kasuk osatzen dute, eta horien ekintzak TIER2 enpresa baten mende daude, sektorea OEM baten estrategian oinarrituta trakzionatzen duena.

German Anituak ETEei beren erabakiak hartzeko prozesuan laguntzeko metodologia hau diseinatu du, OEMek eta TIERek osagaiak fabrikatzen dituzten ETE hauei egiten dieten presio handiaren aurrean.

EMAITZAK

Ikastaro honek honetarako gaituko zaitu:

- Zure TIER2 bezeroak bere portfolioari buruzko erabakiak nola eta zein alderditan oinarrituta hartzen dituen jakingo duzu
- Jakin eta ulertuko duzu zure bezeroaren produktu baterako osagaiak fabrikatzen ari zarela eta agian epe laburrera edo epe ertainera zure bezeroak ez duela gehiago fabrikatuko produktu hori bere portfolioan.
- Gure TIER bezeroaren portfolioa ezagutzen eta gure produktu estrategia nola birformulatu beharko litzatekeen ulertzen jakingo duzu.
- Gure portfolioaren egokitzapena aurreikustea, gure TIER2 bezeroak oraindik esan edo proposatu ez diguna oinarri hartuta.
- Tresnaren erabilera eta Boston Consulting Groupen (BCG) "growth share matrix" matrizea menperatuko duzu.
- Gure produkzio kostuetako eraginkortasuna hobetzea
- Gure TIER bezeroekiko «menpekotasun» txikiago izaten ulertuko duzu.

https://www.mondragon.edu/cursos/eu/nire-produktuen-portfolioari-buruz-erabakitzea_testuinguruko-kasuaren-metodoa