



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Experto en Administración y Dirección Estratégica

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso Experto en Administración y Dirección Estratégica

duración total: 350 horas

horas teleformación: 175 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Vivimos en un mundo de corporaciones donde nosotros tenemos un papel principal como consumidor o trabajador, donde el entorno afecta al funcionamiento y la toma de decisiones de las organizaciones. Con el curso experto Administración y Dirección Estratégica, queremos que el alumno tenga los conocimientos y capacidades necesarias para poder administrar de forma eficaz y eficiente todo tipo de organizaciones, profundizando en las áreas clásicas de la administración empresarial.



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Estudiar en profundidad el funcionamiento interno de una empresa.
- Analizar la organización empresarial.
- Incidir en previsión de la demanda y la posterior producción a través de los distintos métodos establecidos para ello.
- Adaptar la producción a las necesidades de la demanda.
- Entender la importancia de la comunicación como elemento de la publicidad
- Entender la importancia de mantener una cultura empresarial propensa a incentivar la innovación y la creatividad como estrategia de diferenciación.

para qué te prepara

El Curso Administración y Dirección Estratégica le prepara para tener una visión profunda sobre las diferentes partes que compone una empresa y que son necesarias conocer al detalle para una correcta gestión empresarial. El objetivo es que el alumno tenga una visión global del funcionamiento del negocio y pueda tomar decisiones acordes con los medios disponibles.

salidas laborales

Ideal para puestos de decisión en empresas tanto públicas como privadas.
También ofrece salidas como asesor empresarial o para aquellos que van a crear su propia empresa como emprendedor.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Investigación de Marketing y Estudios de Mercado'
- Manual teórico 'Dirección de Operaciones'
- Manual teórico 'Derecho de Sociedades'
- Manual teórico 'Fundamentos de Gestión de Empresas'
- Manual teórico 'Gestión de los Procesos de Producción'
- Manual teórico 'Dirección Estratégica de la Empresa, Técnicas de Gestión y Organización empresarial, Ma



+ Información Gratis

profesorado y servicio de tutorías

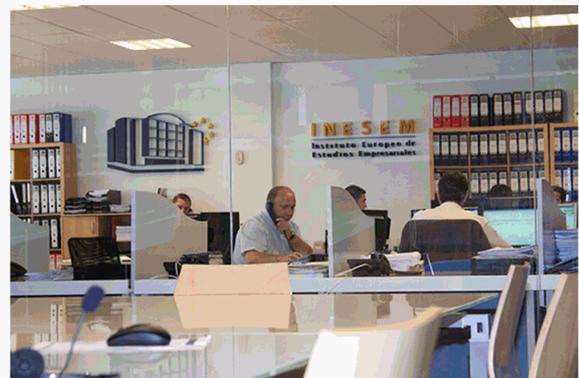
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio.

Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.
- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONCEPTO DE EMPRESA

1. Concepto de Empresa
2. Tipología de las Empresas
3. Principales Áreas de las Empresas
4. Objetivos de las Empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA COMO ORGANIZACIÓN

1. Principales enfoques de la empresa como organización
2. Análisis de los sistemas empresariales
3. La empresa como un sistema-técnico abierto
4. Elementos de la estructura organizativa de la empresa
5. Sistemas funcionales de la empresa. Análisis organizativo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA FUNCIÓN DE ORGANIZACIÓN

1. Etapas de la función de organización
2. Evolución histórica de la organización del trabajo
3. La organización formal
4. La organización informal

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUNCIONES DE GESTIÓN Y CONTROL

1. La función de gestión
2. Estilos de dirección o liderazgo
3. El proceso de toma de decisiones
4. La función de control
5. Técnicas de Control

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTORNO ECONÓMICO: CICLO ECONÓMICO E INFLACIÓN

1. Los ciclos económicos: Fluctuaciones y fases
 - 1.- Tipos de fluctuaciones
 - 2.- Fases del ciclo
2. La inflación y los ciclos
 - 1.- La inflación
 - 2.- Relación entre inflación y ciclos económicos
3. Entorno económico internacional: tendencias, devaluación y mercado de divisas
 - 1.- Tendencias y política económica
 - 2.- La devaluación
 - 3.- El mercado de divisas
4. Balanza de pagos
5. Ejercicio Resuelto. Cálculo del IPC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN DE LAS PLANTILLAS DE TRABAJO

1. Importancia y concepto de la planificación de recursos humanos
2. Modelos de planificación de recursos humanos
3. Análisis y descripción del puesto de trabajo
4. Objetivos de la valoración de puestos de trabajo
5. Métodos de la valoración de puestos de trabajo
6. Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA FUNCIÓN PRODUCTIVA

1. La Función de la Producción
2. Estructura Organizativa de la Producción

3. Tipos de Modelos Productivos
4. Producción Orientada al Proceso
5. Producción Orientada al Producto
6. Producción Bajo Pedido

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA DIRECCIÓN FINANCIERA

1. La dirección financiera: Naturaleza y objetivos
2. Tipos de Sociedades
3. El director financiero
4. Ejercicio Resuelto. Tipos de Fórmulas Empresariales
5. La función financiera
6. Definición y Clases de Recursos Financieros
7. Financiación externa a corto y largo plazo
8. Financiación interna o autofinanciación
9. Concepto y clases de inversión
10. Los proyectos de inversión
11. Criterios de Selección de Inversiones

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS DE MARKETING

1. Marketing
2. Canales de comercialización
3. Comunicación e imagen de negocio
4. Estrategias de fidelización y gestión de clientes

MÓDULO 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA, TÉCNICAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, MARKETING, RR.HH Y LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones.
2. Liderazgo.
3. Un nuevo talante en la Dirección.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción.
2. Utilidad del Plan de Empresa.
3. La Introducción del Plan de Empresa.
4. Descripción del negocio. Productos o servicios.
5. Estudio de mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing.
2. Plan de Producción.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH. Y RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructuras.
2. Recursos Humanos.
3. Plan Financiero.
4. Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
5. Estructura legal. Forma jurídica.

MÓDULO 3. DIRECCIÓN DE OPERACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN DE OPERACIONES

- 1.Administración de Operaciones: Introducción
- 2.Evolución de la Dirección de Operaciones
- 3.Planificación Estratégica y Planificación Empresarial
- 4.La dirección y el subsistema de operaciones
- 5.Objetivos de la Dirección de Operaciones
- 6.Estrategias de operaciones: visión general
- 7.Plan Estratégico de Operaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PREVISIÓN DE LA DEMANDA

- 1.La Previsión de la Demanda
- 2.El Espacio temporal y la Demanda
- 3.El Ciclo de Vida del Producto: estrategias de consolidación
- 4.Tipología de Previsiones de la Demanda: Económicas, Tecnológicas y del Mercado
- 5.Previsión de la Demanda: Objetivos y etapas
- 6.Métodos de Previsión
- 7.Ejemplo resuelto: Previsión de la demanda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUESTIONES ESTRATÉGICAS I: LA PRODUCCIÓN

- 1.La función productiva en la Organización
- 2.Estructura Organizativa de la Producción
- 3.Tipos de Modelos Productivos
- 4.Producción Orientada al Proceso
- 5.Producción Orientada al Producto
- 6.Producción Bajo Pedido

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUESTIONES ESTRATÉGICAS II: DISEÑO DE PROCESOS Y PRODUCTOS

- 1.Selección y diseño del producto
- 2.Eficacia y excelencia en el diseño
- 3.Diseño y desarrollo de nuevos productos
- 4.Procesos de Configuración en Línea (Flow Shop)
- 5.Procesos de Configuración Job-Shop
- 6.Procesos de configuración Continua
- 7.Tecnología Relacionada

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUESTIONES ESTRATÉGICAS III: LOCALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES

- 1.La decisión estratégica de la localización
- 2.Métodos de selección de un emplazamiento
- 3.Ejercicio resuelto: Otros criterios de decisión
- 4.Análisis de la Localización
- 5.Tendencias en Localización
- 6.Distribución en Planta y Diseño del Puesto de Trabajo
- 7.La función de Mantenimiento
- 8.Ejercicios resueltos: Distribución de plantas y Mantenimiento de Instalaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA CALIDAD

- 1.Concepto de Calidad
- 2.Definiciones de Calidad
- 3.El Papel de la Calidad en las Organizaciones
- 4.Vertiente económica: Costes y Beneficios de un Sistema de Gestión de la Calidad
- 5.La Dirección y la Gestión de la Calidad
- 6.Elementos de la Gestión de la Calidad
- 7.Diseño y Planificación de la Calidad
- 8.El Bechmarkin y la Reingeniería de Procesos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CUESTIONES TÁCTICAS I: GESTIÓN DE INVENTARIOS Y DE LA CADENA DE

SUMINISTROS

1. Inventarios de Demanda independiente
2. Inventarios de Demanda dependiente (MRP y DRP)
3. Sistemas Just in Time
4. La Gestión de Operaciones y la Cadena de Suministro
5. Visión Estratégica de la Cadena de Suministro

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUESTIONES TÁCTICAS II: PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS

1. Gestión de Proyectos
2. Dirección en la Ejecución de proyectos
3. Habilidades, competencias y conocimientos para la dirección de proyectos
4. Conceptos relacionados con la organización en la dirección de proyectos
5. Procesos de Inicio, Planificación, Ejecución, Control y Cierre

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS BÁSICAS PARA EL CONTROL DE PROYECTOS

1. Introducción a las herramientas básicas para el control de proyectos
2. Gráficos o diagramas de Gantt
3. Gráficos de redes: PERT/CPM

MÓDULO 4. GESTIÓN DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELABORACIÓN DE GRAFOS PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

1. Uso de GRAFOS en la modelización de organización
2. Conceptos y terminología aplicados a GRAFOS
3. Representación de grafos
4. Optimización de grafos
5. Herramientas informáticas para la realización de GRAFOS
6. Problemas de caminos y rutas de trabajo
7. Cálculos de flujos de trabajo
8. Causas de situaciones de espera y costes asociados

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INFORMACIÓN Y FLEXIBILIZACIÓN DE PROCESO

1. Información de proceso necesaria
2. Aplicación de técnicas de organización
3. Planificación de recursos humanos
4. Introducción a los sistemas con esperas
5. Utilización de la teoría de colas
6. Causas y costes de espera
7. Gestión de colas
8. Estimación de los parámetros de proceso

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS DE SIMULACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

1. Clasificación de las herramientas
2. Gestión del reloj en la simulación discreta
3. Simulación aleatoria, obtención de muestras y análisis de resultados
4. Introducción a los lenguajes de simulación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN PROGRAMADA DE LA PRODUCCIÓN

1. Tipos de producción: con limitaciones de stocks, producción regular y extraordinaria y por lotes
2. La programación de la producción y el plan agregado
3. Capacidad y cargas de trabajo en la producción
4. Definición y desglose del programa maestro de producción
5. Organización de las cargas de trabajo
6. Definición y diferencias entre productividad, eficiencia, eficacia y efectividad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. AJUSTE DE LA PRODUCCIÓN

1. Plan maestro de producción y mejora

- 2.La función y las condiciones de los círculos de la calidad
- 3.El método JIT o Just in Time
- 4.Ajuste del nivelado de la producción
- 5.La gestión de la producción mediante tarjetas Kanban
- 6.Método de tecnología para la optimización de la producción (O.P.T.)
- 7.Teoría de las limitaciones (T.O.C.)

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROGRAMACIÓN DE PROYECTOS Y PLANIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES

- 1.Seis Sigma. Una nueva filosofía de calidad
- 2.Implantación de Seis Sigma
- 3.Programación de proyectos mediante el método PERT
- 4.Programación de proyectos con el método ROY
- 5.Planificación de los requerimientos de materiales mediante MRP
- 6.Lanzamiento de órdenes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DEL CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

- 1.Técnicas para el control de la producción
- 2.Reprogramación
- 3.SMED en un entorno de fabricación ágil
- 4.Implantación y aplicación práctica de SMED
- 5.Aplicación de los métodos de seguimiento de la producción PERT, coste mínimo, ROY y Pareto

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DOCUMENTACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS

- 1.Interpretación de una hoja de procesos de fabricación mecánica
- 2.Estructuración de un proyecto
- 3.Gestión y control del funcionamiento de las unidades de producción
- 4.Clasificación y archivo de documentación
- 5.Análisis de la documentación utilizada en la programación y control de la producción
- 6.Sistemas de planificación y control de la producción integrados, asistidos por ordenador

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

- 1.Análisis de informes y elaboración de gráficas
- 2.Preparación del planning diario de control de la producción
- 3.Detección y corrección de desfases de tiempos
- 4.Tratamiento de archivos y consulta de su evolución
- 5.Incidencias en la producción mediante software GPAO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ORGANIZACIÓN DEL MANTENIMIENTO

- 1.Los objetivos y funciones del mantenimiento
- 2.Mantenimiento correctivo, preventivo y predictivo.
- 3.Mantenimiento Productivo Total
- 4.Organización, materiales y catálogo de repuestos en el almacén de mantenimiento.
- 5.Programas de gestión y mantenimiento asistidos por ordenador (G.M.A.O)
- 6.Fichas de mantenimiento: orden de trabajo, gamas de mantenimiento y normas
- 7.El banco de históricos de las intervenciones
- 8.Organización de la gestión de mantenimiento.
- 9.La calidad del mantenimiento.

MÓDULO 5. INVESTIGACIÓN DE MARKETING Y ESTUDIOS DE MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

- 1.Evolución del concepto y contenido del marketing
- 2.La función del marketing en el sistema económico.
- 3.Tendencias actuales en el marketing: Orientación interna, al consumidor, a la competencia y a las relaciones
- 4.Marketing y dirección estratégica: Marketing estratégico y Marketing operativo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

- 1.El entorno de las organizaciones
- 2.El mercado: Concepto y delimitación
- 3.El mercado de bienes de uso: consumo frecuente y consumo duradero
- 4.El mercado industrial: el producto
- 5.El mercado de servicios: características y estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Segmentación eficaz: Criterios y requisitos de segmentación de mercados de consumo e industriales
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

- 1.Introducción: análisis de la demanda y segmentación
- 2.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 3.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 4.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca: matriz variable de marca
- 5.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

- 1.Estudio del comportamiento de compra
- 2.Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores: Factores internos y externos
- 3.Comportamiento de compra: Roles , tipos y etapas
- 4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y EL MARKETING

- 1.El sistema de información de marketing
- 2.Investigación de mercados: concepto, objetivos y aplicaciones
- 3.Etapas en la realización de un estudio de investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

- 1.Estudios de mercado: obtención de datos y resultados
- 2.Ámbitos de aplicación del estudio de mercados: consumidor, producto y mercado
- 3.Tipos de diseño de la investigación de los mercados: estudios exploratorios, estudios descriptivos o correlacionales, estudios experimentales o causales
- 4.Segmentación de los mercados: grupos y características
- 5.Tipos de mercado
- 6.Posicionamiento: ocupar un lugar distintivo en el mercado

MÓDULO 6. DERECHO DE SOCIEDADES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS SOCIEDADES MERCANTILES

- 1.Concepto y características de las sociedades mercantiles
- 2.El Empresario individual
- 3.Normas reguladoras del Derecho Mercantil
- 4.Clases de Sociedades por su objeto social
 - 1.- Sociedad civil
 - 2.- Sociedad Mercantil
- 5.Contrato de Sociedad mercantil
- 6.Constitución de la Sociedad
- 7.Personalidad jurídica
- 8.Nulidad de sociedades
- 9.Nacionalidad de las sociedades

- 10. Establecimientos mercantiles
- 11. Aspectos fiscales y laborales de las sociedades mercantiles

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

- 1. Aproximación a las Sociedades de responsabilidad limitada
- 2. Requisitos de constitución
- 3. Participaciones sociales
- 4. Órganos sociales: Junta y Administradores
- 5. Cuentas anuales
- 6. Modificaciones sociales
- 7. Modificaciones estructurales
- 8. Separación y exclusión de socios
- 9. Disolución, liquidación y extinción de la Sociedad
- 10. Sociedad unipersonal (SLU)
- 11. Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE)
- 12. Ejercicio resuelto: Sociedad de responsabilidad limitada

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS

- 1. Concepto y caracteres de las SA
- 2. Denominación
- 3. Capital social
- 4. Domicilio y nacionalidad
- 5. Página Web
- 6. Constitución de la Sociedad
- 7. Fundación
- 8. Acciones
- 9. Acciones propias
- 10. Obligaciones
- 11. Aumento de capital social
 - 1.- Tratamiento de la prima de emisión y el derecho de suscripción preferente
 - 2.- Procedimientos de ampliación de capital
- 12. Reducción de capital social
 - 1.- Tipos de reducción de capital
- 13. Operación acordeón
- 14. Modificación de estatutos
- 15. Cuentas anuales
- 16. Órganos sociales: Junta General
- 17. Órganos de administración
- 18. Disolución
- 19. Liquidación y extinción
- 20. Sociedad unipersonal (SAU)
- 21. Sociedad Anónima Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIEDADES ESPECIALES

- 1. Sociedad colectiva
- 2. Sociedad comanditaria simple o comanditaria por acciones
- 3. Comunidad de bienes
- 4. Sociedad civil
- 5. Agrupaciones de interés económico
- 6. Uniones temporales de empresas (UTE)
- 7. Instituciones de inversión colectiva y entidades de capital riesgo
 - 1.- Instituciones de inversión colectiva
 - 2.- Entidades de capital riesgo

8. Sociedades laborales
9. Fundaciones
10. Sociedades profesionales
11. Cooperativas
12. Sociedades Anónimas Deportivas
13. Otras
 - 1.- Asociación de cuentas en participación
 - 2.- Entidades de dinero electrónico
 - 3.- Empresas de servicios de inversión
 - 4.- Sociedades de garantía recíproca
 - 5.- Sociedades anónimas cotizadas de inversión en el mercado inmobiliario
 - 6.- Sociedades agrarias de transformación
14. Emprendedores
 - 1.- Emprendedor de responsabilidad limitada
 - 2.- Sociedad limitada de formación sucesiva
 - 3.- Incentivos en materia fiscal y laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE PEQUEÑO NEGOCIO O MICROEMPRESA

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio
 - 1.- Necesidades y tendencias
 - 2.- Fuentes de búsqueda
 - 3.- La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades
 - 4.- Técnicas de creatividad en la generación de ideas
 - 5.- Los mapas mentales
 - 6.- Técnica de Edward de Bono (seis sombreros)
 - 7.- El pensamiento irradiante
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
3. Análisis del entorno de la empresa
 - 1.- Elección de las fuentes de información
 - 2.- La segmentación del mercado
 - 3.- La descentralización productiva como estrategia de racionalización
 - 4.- La externalización de servicios: "Outsourcing"
 - 5.- Clientes potenciales
 - 6.- Canales de distribución
 - 7.- Proveedores
 - 8.- Competencia
 - 9.- Barreras de entrada
4. Análisis de decisiones previas
 - 1.- Objetivos y metas
 - 2.- Misión del negocio
 - 3.- Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros
5. Plan de acción
 - 1.- Previsión de necesidades de inversión
 - 2.- La diferenciación el producto
 - 3.- Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles
 - 4.- Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos
 - 5.- Ejercicio Resuelto: Pasos necesarios para un Plan de Acción

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EMPRESAS

1. Planificación y marketing
 - 1.- Fundamentos de marketing
 - 2.- Variables del marketing-mix

2. Determinación de la cartera de productos
 - 1.- Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsibles
 - 2.- Atributos comerciales: la marca, el envase y el embalaje
 - 3.- Sistemas de producción
 - 4.- Ciclo de vida del producto
3. Gestión estratégica de precios
 - 1.- Objetivos de la política de precios del producto o servicio
 - 2.- Estrategias y métodos para la fijación de precios
4. Canales de comercialización
 - 1.- Formas comerciales con establecimiento y contacto personal
 - 2.- Formas comerciales con establecimiento y contacto a distancia
 - 3.- Formas comerciales sin establecimiento y con contacto personal
 - 4.- Formas comerciales sin establecimiento y sin contacto personal
5. Comunicación e imagen de negocio
 - 1.- Público objetivo y diferenciación del producto
 - 2.- Entorno competitivo y misión de la empresa
 - 3.- Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto
 - 4.- Coordinación y control de la campaña publicitaria
 - 5.- Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio
 - 6.- Elección del tipo de soporte
6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes
 - 1.- Los clientes y su satisfacción
 - 2.- Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia
 - 3.- Medición del grado de satisfacción del cliente
 - 4.- El perfil del cliente satisfecho

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EMPRESAS

1. Características y funciones de los presupuestos
 - 1.- De inversiones
 - 2.- Operativo
 - 3.- De ventas
 - 4.- De compras y aprovisionamiento
2. El presupuesto financiero
 - 1.- Principales fuentes de financiación
 - 2.- Criterios de selección
3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
 - 1.- Significado, interpretación y elaboración de estados financieros previsionales y reales
4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
 - 1.- Activo
 - 2.- Pasivo
 - 3.- Patrimonio Neto
 - 4.- Circulante
 - 5.- Inmovilizado
5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales
 - 1.- Balance
 - 2.- Cuenta de Pérdidas y Ganancias
 - 3.- Tesorería
 - 4.- Patrimonio Neto

6. Memoria

7. Ejercicio Resuelto. Cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio Neto

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN UNA EMPRESA

1. Componentes básicos de una empresa: Recursos Materiales y Humanos

- 1.- Recursos materiales: instalaciones, materias primas, otros
- 2.- Recursos humanos: perfiles profesionales

2. Sistemas: planificación, organización, información y control

3. Recursos económicos propios y ajenos

- 1.- Recursos económicos propios
- 2.- Recursos económicos ajenos

4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa

- 1.- Identificación de procesos estratégicos, clave y de soporte
- 2.- Construcción del mapa de procesos
- 3.- Asignación de procesos clave a sus responsables
- 4.- Desarrollo de instrucciones de trabajo de los procesos
- 5.- La automatización y sistematización de procesos
- 6.- La utilización de recursos propios frente a la externalización de procesos y servicios
- 7.- Relación coste/eficiencia de la externalización de procesos

5. La estructura organizativa de la empresa

- 1.- La división funcional
- 2.- Diferencia entre funciones, responsabilidades y tareas
- 3.- El organigrama como estructura gráfica de la empresa

6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa

7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios

- 1.- Ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de adquisición de tecnología y sistemas
- 2.- Factores a tener en cuenta en la selección del proveedor

8. Control de gestión de la empresa

9. Identificación de áreas críticas

- 1.- El Cuadro de Mandos Integral-CMI (Balanced Scorecard-BSC, de Kaplan y Norton)
- 2.- Indicadores básicos de control en pequeños negocios o microempresas
- 3.- La implementación de medidas de ajuste

UNIDAD DIDÁCTICA 9. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O EMPRESA

1. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes

- 1.- Cálculo e interpretación de ratios

2. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa

- 1.- Equilibrio total
- 2.- Equilibrio normal o estabilidad financiera
- 3.- Situación de insolvencia
- 4.- Punto de equilibrio financiero

3. Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR

- 1.- El Valor Actual Neto (VAN)
- 2.- Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)
- 3.- Interpretación y cálculo

4. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero

- 1.- La hoja de cálculo, aplicada a los presupuestos y estados financieros previsionales

5. Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio

- 1.- Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial
- 2.- Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto

- 3.- Identificación de barreras de entrada y salida
- 2.Previsión y planificación económica
 - 1.- Definición de una estrategia viable
- 3.La búsqueda de financiación
 - 1.- Materialización de la idea de negocio en una realidad
- 4.Presentación del plan de negocio y sus fases
 - 1.- Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategias comercialización
 - 2.- Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio
 - 3.- Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible
 - 4.- Análisis de los ingresos y gastos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible
 - 5.- Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio
- 5.Instrumentos de edición y presentación de la información
 - 1.- Aspectos formales del documento
 - 2.- Elección del tipo de soporte de la información
- 6.Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros
 - 1.- Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa
 - 2.- Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio
- 7.Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UNA EMPRESA

- 1.Trámites de constitución según la forma jurídica
 - 1.- El profesional autónomo
 - 2.- La sociedad unipersonal
 - 3.- La sociedad civil
 - 4.- La comunidad de bienes
 - 5.- Las sociedades mercantiles
 - 6.- Sociedades Laborales
 - 7.- La Sociedad Cooperativa
- 2.La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores
 - 1.- Trámites según régimen aplicable
- 3.Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas
- 4.Los registros de propiedad y sus funciones
 - 1.- La organización del registro
 - 2.- Procedimiento registral
- 5.Los seguros de responsabilidad civil en empresas
- 6.Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE