

ECONOMÍA EMPRESARIAL

ÁREA FORMATIVA

Finanzas

NIVEL

Cursos monográficos

DURACIÓN

50h

MODALIDAD FORMATIVA Semipresencial Y Distancia.

DESTINATARIOS

- Personal del sector de la administración,
- Gestores y Asesores,
- Alumnos interesados en el tema.

OBJETIVOS

- Desarrollar en el alumno los conocimientos necesarios para conocer la anatomía empresarial y poder así tomar decisiones en el campo empresarial basadas en los conocimientos adquiridos.

TEMARIO

MÓDULO 1: Economía Empresarial 1ª Parte

TEMA 1. La Empresa I

Concepto de Empresa

Factores Productivos

Elementos

Funciones

Objetivos de la Empresa

Los Flujos de Información

Clases de Empresas

Empresas Según la Constitución Legal

Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa

Factores que Condicionan a la Empresa: Microambientales

Factores que Condicionan a la Empresa: Macroambientales

TEMA 2. La Empresa II

La Comunicación y la Empresa

El Proceso de Comunicación y los Elementos que Intervienen

Importancia de la Calidad de las Comunicaciones
La Comunicación Interna y Externa
La Comunicación Oral y Escrita en la Empresa
Introducción al Sistema de Información (S.I.)
Diseño del Plan de Investigación de Mercados
Fases del Plan de Investigación de Mercados
Introducción al Plan Empresarial
Modelo Ejemplo de Plan Empresarial
Trámites Administrativos Para la Creación de Empresas
TEMA 3. La Empresa III
El Proceso de Compraventa
Circuitos Documentales en el Proceso de Compraventa
El Contrato de Compraventa
Forma y Contenido del Contrato de Compraventa
Análisis de las Necesidades
Identificación de Posibles Proveedores
Petición de Oferta, Comparación y Elección Final
Concepto de Contabilidad
El Esquema Representativo del Patrimonio
Los Elementos Patrimoniales
Las Masas Patrimoniales: El Balance de Situación
Los Ratios Económicos-Financieros
TEMA 4. Estructura Organizativa I
Introducción: Conceptos
La Empresa Como Organización
La Esencia de la Estructura: Coordinación
Elementos de una Organización
Estructuras de una Organización
La Organización Como un Sistema de Flujos
Variables y Principios Estructurales de Organización
Grado de Formalización de la Organización
TEMA 5. Estructura Organizativa II

Organigrama: Estructuras de Organización Simples
Organigramas: Estructuras de Organización Complejas
Estructuras de Organización Nuevas
Departamentalización: Enfoque Interno
Departamentalización: Enfoque Externo
Circuitos Documentales
Trabajo en Equipo
Características de los Equipos de Trabajo
Desarrollo de los Equipos
Etapas Evolutivas en el Desarrollo de los Equipos
Factores de Éxito en los Equipos de Trabajo

MÓDULO 2: Economía Empresarial 2ª Parte

TEMA 6. La Producción I

El Almacén. La Naturaleza y Función de la Gestión de Stock

Tipos de Existencias

Gestión de Existencias

Variables que Afectan a la Gestión de Stock

Definición de Inventario

Tipos de Inventario

Análisis de Inventario Técnicas ABC

Sistemas de Valoración de Inventario

Fichas de Almacén

TEMA 7. La Producción II

El Proceso de Producción

Tipos de Procesos de Producción

Errores Típicos del Diseño del Proceso de Producción

Los Costes en la Empresa

Sistema Just In Time

Claves Para Desarrollar el Sistema Just In Time

Los Sistemas JIT y la Relación con Proveedores

Kanban

TEMA 8. La Producción III

Conceptos Fundamentales de la Calidad
Calidad en el Proceso de Producción
Calidad Técnica y Percibida
Principios Básicos de Calidad de Deming
Principios Básicos de Calidad de Crosby y Juran
Características de Calidad del Diseño y Desarrollo
Contenido del Plan de Calidad
La Calidad en los Sistemas de Producción
Calidad del Proceso en Comparación con el Control de Calidad
Métodos de Control de la Calidad
Costes de Calidad Asociados al Proceso de Producción
TEMA 9. El Precio y la Planificación Comercial I
La Importancia de la Variable Precio
Otros Factores que Inciden en la Variable Precio
Cómo Fijar los Precios
El Precio y la Elasticidad de la Demanda
Ley de Oferta y Demanda
Política Internacional de Precio
El Impacto Inflacionista
Análisis de los Precios de la Competencia
Financiación: Análisis
TEMA 10. El Precio y la Planificación Comercial II
La Previsión
Importancia de los Escenarios
La Planificación en la Empresa
La Aplicación de la Estrategia a los Planes de la Empresa
Selección de la Fuerza de Ventas
Importancia de un Buen Programa de Selección
Razones de una Mala Selección
Responsabilidad en Cuanto a la Selección
Determinación del Número y Tipo de las Personas Deseadas
Ejemplo de Perfil de un Vendedor

DOCENTES

Profesorado con acreditada experiencia en la materia.

