

Contenidos

1. La empresa.

- La empresa y el empresario.
- Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa.
- Funcionamiento y creación de valor: La cadena de valor.
- Interrelaciones de la empresa con su entorno general y específico.
- Las fuerzas competitivas básicas. La estrategia competitiva de la empresa.
- Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial.
- Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa.

2. Desarrollo de la empresa.

- Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa.
- Consideración de la importancia de las pequeñas y medianas empresas y sus estrategias de mercado.
- Estrategias de desarrollo: Especialización y diversificación; integración vertical y subcontratación; crecimiento interno y externo.
- La internacionalización, la competencia global y las tecnologías de la información.
- Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional.

3. Organización y dirección de la empresa.

- La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual.
- Funciones básicas de la dirección.
- Planificación y toma de decisiones estratégicas.
- Modelos de gestión y liderazgo.
- Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal.
- La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación.
- Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.

4. La función productiva.

- El proceso productivo: Tipos de sistemas productivos.
- Eficiencia y productividad.
- Importancia de la innovación tecnológica: I + D + i.
- Costes: Clasificación y cálculo de los costes en la empresa.
- El equilibrio de la empresa en el supuesto de competencia perfecta.
- Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa.
- Los inventarios y su gestión.
- Valoración de las externalidades de la producción. Análisis y valoración de las relaciones entre producción y medio ambiente y de sus consecuencias para la sociedad.

5. La función comercial de la empresa.

- Evolución de la función comercial.
- Concepto y clases de mercado.
- Técnicas de investigación de mercados.
- Análisis del consumidor y segmentación de mercados.
- Mercado objetivo y posicionamiento.
- Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias.
- Estrategias de marketing y ética empresarial.
- Aplicación al marketing de las tecnologías de la información y la comunicación.

6. La información en la empresa.

- Obligaciones contables de la empresa.
- La composición del patrimonio y su valoración.
- Las cuentas anuales y la imagen fiel.
- Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Análisis e interpretación de la información contable.
- Del balance social al balance ético: La responsabilidad corporativa.
- La fiscalidad empresarial.

7. La función financiera.

- Estructura económica y financiera de la empresa.
- Análisis financiero de la empresa: El fondo de maniobra.
- El ciclo de explotación y el período medio de maduración.
- Concepto y clases de inversión.
- Valoración y selección de proyectos de inversión.
- Recursos financieros de la empresa.
- Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.
- Cálculo e interpretación de indicadores de rentabilidad económica y de equilibrio financiero.

8. Proyecto empresarial.

- Proceso de creación de una empresa: Idea, constitución y viabilidad elemental.
- El plan de empresa: Objetivos y elementos.
- Análisis de ejemplos de planes de empresa y valoración de su utilidad como instrumento de análisis económico-financiero.