



Datos del curso

Área formativa: Gestión de empresas

Modalidad: Distancia B-08.11.0

E-learning B-88.11.0

Duración: 720 horas

Requisitos: Titulado universitario o experiencia profesional equivalente

Destinatarios: Directivos, mandos intermedios y personal del área de gestión

La actual competitividad del mercado obliga a las empresas a diferenciarse unas de otras en base a la cualificación de su capital humano y en el grado de satisfacción de las necesidades de sus clientes, algo que implica una buena preparación en los diversos ámbitos que puedan concurrir en el posicionamiento competitivo de la empresa.

De ahí que las empresas consideren imprescindible una Dirección que recaiga en manos de profesionales con una impecable preparación en gestión empresarial, en aspectos como recursos humanos, marketing, dirección estratégica, comercial, sistemas de información, finanzas, etc.

Máster en Dirección y Administración de Empresas

IMF es un especialista en la elaboración e impartición de cursos en todas las áreas de gestión de una empresa, lo que le ha dotado de la experiencia necesaria para desarrollar este MBA, en el que se estudian en profundidad todos los aspectos necesarios para dirigir una empresa.

Obtendrás la preparación y titulación que te permitirá integrarte como ejecutivo en una empresa en general. Además, habrás tenido la oportunidad de crear un networking (red de contactos) vital para tu futuro profesional, gracias al contacto con profesores y alumnos.



Información general

Amplía información: info@imf-formacion.com - www.imf-formacion.com

Metodología

Manuales de estudio, plenamente actualizados y con gran rigor técnico, fácilmente comprensibles y con una clara vocación práctica.

Una línea de consulta de libre acceso, permanente y personalizada, tanto telefónica como por correo electrónico, con un tutor especializado.

Posibilidad de concertar cuantas entrevistas privadas se considere oportuno con el tutor.

Campus Virtual, en el que el alumno puede consultar y descargarse el material, acceder a la legislación, realizar actividades propuestas por el tutor.

Tutores

El cuadro de tutores del curso está formado esencialmente por profesionales de empresas y del mundo académico, que pueden transmitir a los alumnos experiencias laborales vivas y aportar ejemplos válidos en el ámbito de la gestión de empresas.

Evaluación

El alumno debe remitir al centro un control parcial del curso o, en su caso, de cada módulo que forma el programa formativo, con el que se calibrará el conocimiento de los contenidos. Una vez superada

esta evaluación, recibirá el título que certifica que ha superado con éxito los objetivos del programa formativo, con el que se calibrará el conocimiento de los contenidos. Una vez superada esta evaluación, recibirá el título.

Dirigido a

Profesionales -empleados por cuenta ajena e inscritos en el RG de la Seguridad Social- que quieran prepararse para analizar y desarrollar actividades de Dirección y Administración de empresas.

Objetivos

1. Analizar las bases de la Dirección estratégica, estudiando sus fundamentos, el análisis competitivo del entorno... con el fin de capacitar al alumno para la formulación, implantación y seguimiento de una estrategia de Dirección de éxito.

2. Formar al alumno para que, desde el punto de vista de directivo de una empresa, sea capaz de evaluar la idoneidad de una estrategia comercial, analizando el plan de marketing en el que se basa, decidiendo los canales de comercialización más adecuados, etc. garantizando así los resultados deseados para su empresa.

3. Dotar al alumno de conocimientos fundamentales para el correcto desempeño de la dirección de operaciones de una empresa y cualificarlo para que sea capaz de examinar o elaborar con criterio un Plan logístico y de producción, así como para la integración de los sistemas de control e información en dicha empresa.

4. Acercar al futuro directivo a disciplinas propias de la gestión de los RRHH, dándole los recursos técnicos necesarios para la gestión y coordinación de éste área en su empresa.

5. Dotar al nuevo directivo de los conocimientos financieros necesarios para la realización de análisis económico-financieros de la situación de la empresa, que le permita la toma de decisiones estratégicas con garantías de éxito.

6. Adquirir los conocimientos necesarios para la dirección y gestión las diferentes disciplinas que permiten el correcto funcionamiento de una empresa, sino que dominará las directrices fundamentales de la creación y puesta en marcha de una de ellas.



Programa

MÓDULO I: Dirección estratégica en la empresa

1. Fundamentos de la Dirección Estratégica

1. Introducción
2. Objetivos
3. Concepto de empresa como corporación hacia una búsqueda de sus objetivos empresariales
4. Cultura empresarial. El núcleo de la identidad: liderazgo y contrato psicológico
5. Gestionar la identidad
6. Un marco para el análisis de la estrategia
7. Mapas estratégicos
8. Resumen del tema

2. Análisis Competitivo

1. Introducción
2. Objetivos
3. Análisis del contexto competitivo
4. Capacidades y recursos de la empresa
5. Resumen del tema

3. Formulación de la estrategia

1. Introducción
2. Objetivos
3. Dos vías de desarrollo: especialización y diversificación
4. Estrategias de globalización
5. Estrategias de diferenciación y segmentación
6. Resumen del tema

4. Implementación de la estrategia

1. Introducción
2. Objetivos
3. Adquisiciones estratégicas y alianzas
4. Carteras de negocios
5. Implementación de la estrategia
6. Resumen del tema

5. Estrategia y cambio empresarial

1. Introducción
2. Objetivos
3. El cambio organizativo y la planificación estratégica
4. Estructuras funcionales y matriciales
5. Modelo de estructura para adaptarse al cambio y su relación con la estrategia
6. Resumen del tema

MÓDULO II: El marketing en la empresa: estrategias, herramientas y planes para el éxito

1. Una visión global de la actividad de marketing: los elementos clave del éxito

1. Introducción
2. Objetivos
3. Las claves prácticas del marketing
4. Los fundamentos del marketing
5. El marketing y los sectores económicos
6. Últimas tendencias en marketing
7. Resumen del tema

2. El marketing en acción. Su implantación en la empresa

1. Objetivos
2. Las dimensiones del marketing: cultura, análisis y acción
3. Las funciones de la dirección de marketing. Implicaciones
4. En la estructura organizativa de la empresa
5. La dirección de marketing y la dirección comercial: vinculación entre marketing y ventas
6. El sistema de información de marketing y el seguimiento del mercado
7. El proceso de decisión de compra
8. Resumen del tema

3. Marketing estratégico

1. Objetivos
2. Las estrategias de empresa y el marketing estratégico
3. La misión de la empresa y la definición del negocio
4. Análisis estratégico: el análisis interno
5. Análisis estratégico: el análisis externo
6. Estrategias alternativas para competir en el mercado
7. La segmentación de mercados
8. El posicionamiento
9. Resumen del tema

4. Las variables producto y precio en el marketing-mix

1. Objetivos
2. La oferta comercial de la empresa
3. Estrategias de producto
4. El ciclo de vida del producto
5. La gestión de la cartera de productos. Los nuevos productos
6. Estrategias de precio
7. Resumen del tema

5. Las variables distribución y comunicación en el marketing-mix

1. Objetivos
2. La distribución: diseño y organización del canal
3. El sistema de la distribución comercial
4. La fuerza de ventas: distribución y comunicación
5. La comunicación y la herramienta publicidad
6. El resto de herramientas de la comunicación
7. Resumen del tema

6. El plan de marketing

1. Objetivos
2. La planificación en marketing: guía metodológica
3. El plan de marketing y sus variantes
4. El Plan de Marketing Estratégico (PME). Vinculación con el plan de negocio
5. El plan anual de marketing-mix
6. El Plan de Marketing Integral (PMI)
7. Resumen del tema

MÓDULO III: El éxito en la venta: dirección y técnicas comerciales

1. Las ventas y la dirección de ventas

1. Introducción
2. Objetivos
3. Las ventas y su relación con el marketing relacional, la orientación al mercado y la calidad total
4. La venta personal
5. Dirección estratégica del equipo de ventas
6. La figura del director de ventas
7. Resumen del tema

2. Organización comercial

1. Objetivos
2. Introducción a la administración y organización de empresas
3. Introducción a la organización comercial
4. Estructuras comerciales más típicas
5. Organización de delegaciones
6. Resumen del tema

3. Selección e integración de la fuerza de ventas

1. Objetivos
2. Introducción. La necesidad de una buena selección
3. Determinación del número y tipo de vendedores buscados: ingeniería de ventas
4. Reclutamiento de los candidatos
5. Fuentes de captación de vendedores
6. El proceso final de selección
7. Introducción de un nuevo vendedor en la organización
8. Resumen del tema

4. La formación de la fuerza de ventas

1. Objetivos
2. Los programas de formación de la fuerza de ventas
3. El responsable de impartir la formación
4. ¿Cuándo se debe realizar la formación?
5. ¿Dónde se debe realizar la formación?
6. Errores comunes de muchos programas
7. Contenido del programa de formación de ventas
8. Conocimiento del producto y la empresa
9. Resumen del tema

5. Sistemas de compensación

1. Objetivos
2. El plan de remuneración
3. La creación de un plan de remuneración
4. Establecimiento del nivel de remuneración
5. Elección del método de remuneración
6. Resumen del tema

6. Técnicas de ventas

1. Objetivos
2. Introducción a la venta
3. La venta relacional
4. Fases de la venta
5. Resumen del tema

7. Key Account Manager

1. Objetivos
2. Introducción y entorno en que se desarrolla el trabajo del Key Account Manager
3. ¿Qué es el Key Account Manager?
4. ¿Cuándo el proveedor tiene que usar al Key Account Manager?
5. ¿Qué es un cliente clave? La venta cerrada en el cliente
6. Preguntas clave para establecer una estrategia con grandes clientes
7. ¿Qué piensan los clientes clave?
8. Ventajas del Kam. ¿cómo trabaja un Kam?
9. Las estrategias de negociación
10. Planificación. Los planes de cliente
11. Requisitos del Kam. Cualidades deseables del Kam
12. Resumen del tema

MÓDULO IV: Dirección de Operaciones y Logística

1. Fundamentos de la Dirección de Operaciones

1. Introducción
2. Objetivos
3. Conceptos básicos: dirección de operaciones, producción, producto y proceso
4. Técnicas organizativas de operaciones y tecnologías de producción
5. Los resultados de la dirección de operaciones: la calidad
6. Resumen del tema

2. Introducción a los Sistemas de Planificación y control de la producción

1. Introducción
2. Objetivos
3. La dirección del proceso de fabricación
4. Sistemas de planificación y control de la producción
5. Ajuste del sistema MPC a las necesidades de la compañía
6. Planificación integrada de la producción
7. Planificación de la demanda
8. Resumen del tema

3. Técnicas de programación y control de la producción

1. Introducción
2. Objetivos
3. El programa maestro de la producción
4. Planificación de las necesidades de material
5. Mantenimiento y utilización de la base de datos mpc
6. Planificación de la capacidad
7. Resumen del tema



Programa (continuación)

4. Logística y cadena de suministros

1. Introducción
2. Objetivos
3. Fundamentos de la logística
4. Sistema de información logístico y técnicas de integración
5. Planificación estratégica logística
6. Gestión logística y toma de decisiones
7. Sistemas de transporte
8. Programación de los transportes
9. Logística de planta
10. Resumen del tema

5. Gestión de materiales

1. Introducción
2. Objetivos
3. Gestión de almacenes
4. Control de inventario
5. Localización de almacenes
6. Manipulación de materiales
7. Logística de reaprovisionamiento
8. Organización de compras y dirección de materiales
9. Resumen del tema

MÓDULO V: Dirección de sistemas de información y control

1. Introducción a los Sistemas de Información

1. Principios básicos
2. Conceptos de un Sistema de Información
3. Tecnologías para el tratamiento automático
4. Sistemas de Información en la empresa
5. Resumen del tema

2. Gestión estratégica de los Sistemas de Información

1. Estrategia de empresa y Sistemas de Información
2. Impactos estratégicos de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones
3. Impactos estratégicos de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones II
4. Comercio electrónico
5. Redes de negocios: Intranet
6. Internet
7. Resumen del tema

3. Implantación de Sistemas de Información en la empresa

1. Desarrollo e Implantación de Sistemas de Información
2. Implantación de redes computacionales
3. Diseño y Gestión de Bases de Datos (SGBD)
4. Resumen del tema

4. Gestión del cambio empresarial debido a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

1. Gestión del cambio empresarial debido a la incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
2. Estructura organizativa de la empresa y el Sistema de Información
3. Organización virtual y sistemas interempresariales
4. Consideración de las TIC como unidades de negocio
5. Resumen del tema

5. Tecnologías de la Información y Comunicación en la toma de decisiones

1. El proceso de toma de decisiones
2. Sistemas de Soporte a la Decisión (DSS)
3. Sistemas de Soporte a la Decisión de Grupos (GDSS)
4. Sistemas de Información para Ejecutivos (EIS)
5. Sistemas Expertos de Soporte a la Decisión (EDSS)
6. Resumen del tema

6. Aplicación de las TIC en la empresa

1. Identificación por RFID (Radio Frequency Identification)
2. Gestión de la configuración
3. Resumen del tema

MÓDULO VI: Gestión de Recursos Humanos

1. Organización empresarial y gestión del cambio

1. Introducción
2. Objetivos
3. Estructuras organizativas
4. Errores en la organización
5. El organigrama
6. El cambio organizacional
7. Cultura de empresa
8. Desarrollo organizacional
9. Diagnóstico, planificación y gestión del cambio
10. Situación empresarial: organización de una empresa de software
11. Situación empresarial: el proceso de cambio en un banco no nuevo
12. Resumen

2. Planificación estratégica

1. Introducción
2. Objetivos
3. Plan estratégico de Recursos Humanos
4. Fases de la planificación estratégica
5. Planificación de plantillas
6. Planificación de costes
7. Desarrollo de carreras
8. Situación empresarial: planificación estratégica en una fábrica de herramientas
9. Resumen

3. Evaluación del desempeño

1. Introducción
2. Objetivos
3. Finalidad y barreras de la evaluación
4. El proceso de evaluación
5. Enfoques
6. Criterios de evaluación
7. Los métodos
8. El cuestionario
9. Implantación del sistema
10. La entrevista de evaluación
11. Mecanismos de control
12. Situación empresarial: evaluación del desempeño en empresa de consultoría y auditoría
13. Resumen

4. Gestión de la formación

1. Introducción
2. Objetivos
3. El Plan de Formación
4. Preparación
5. Diseño
6. Aprobación
7. Desarrollo y seguimiento
8. Situación empresarial: Plan de Formación de Centro Universitario
9. Resumen

5. Política Retributiva y Sistemas de Compensación

1. Introducción
2. Objetivos
3. Función de las Compensaciones
4. Políticas para la Estructuración del Sistema Salarial
5. Elementos del Sistema Retributivo
6. Retribución basada en el puesto
7. Retribución basada en el desempeño
8. Situación empresarial: sistema de incentivos en cadena de hipermercados
9. Resumen

6. Cuadro de mando para la gestión de personas

1. Introducción
2. Objetivos
3. Importancia de las mediciones
4. Generación de valor para el accionista
5. La cuenta de resultados y la gestión de empleados
6. Indicadores de capital relacional
7. Las aportaciones de los empleados
8. Los procesos de gestión de las personas
9. Las capacidades para la gestión de personal
10. Situación empresarial: cuadro de mando integral en grupo asegurador

MÓDULO VII: Gestión económica y financiera

1. Fundamentos de Economía y Empresa

1. Introducción
2. Conceptos básicos
3. Introducción a las matemáticas financieras
4. Resumen del tema

2. Empresa y Estados Financieros

1. El balance de la situación
2. La cuenta de Pérdidas y Ganancias
3. La memoria
4. Análisis de una empresa por ratios
5. Resumen del tema

3. Fundamentos de Contabilidad Financiera

1. Introducción a la contabilidad financiera
2. Teoría de las cuentas y la partida doble
3. El diario y el mayor
4. El ciclo contable
5. Resumen del tema

4. La Función de Dirección Financiera

1. Introducción
2. Gestión del circulante o gestión a corto plazo
3. Gestión financiera a largo plazo
4. La empresa y sus relaciones con la banca
5. Resumen del tema

5. Contabilidad de Gestión

1. Introducción
2. La cuenta de pérdidas y ganancias analítica
3. El punto muerto, el margen de contribución y el apalancamiento operativo
4. Sistemas de imputación de costes
5. Presupuestos
6. Resumen del tema

6. Análisis de Inversiones

1. Análisis de inversiones
2. Métodos para analizar inversiones
3. Análisis bursátil
4. Renta fija
5. El mercado de divisas
6. Resumen del tema

MÓDULO VIII: Habilidades directivas: el líder en acción

1. Aproximación a las Habilidades Directivas

1. Objetivos
2. Planteamientos generales sobre las habilidades directivas
3. La creatividad en las habilidades directivas
4. Una propuesta integradora: el modelo de los siete hábitos de Stephen Covey
5. Breve explicación de los siete hábitos propuestos por Covey

2. Habilidades Directivas Concretas. Su Aplicación Práctica

1. Objetivos
2. Introducción
3. Gestión del tiempo
4. La negociación: anatomía y fases
5. La negociación comercial
6. Otras habilidades
7. Resumen del tema

3. El Líder como individuo directivo

1. Objetivos
2. La naturaleza del liderazgo
3. El líder como individuo: principales características
4. El líder como directivo
5. Resumen del tema



Programa (continuación)

4. El liderazgo en la organización

1. Objetivos
2. Paradigmas de la teoría del liderazgo
3. Breve historia del liderazgo
4. Liderazgo y cambio en la empresa
5. La gestión por competencias
6. La gestión del conocimiento
7. Resumen del tema

5. La Influencia de la Inteligencia Emocional en el Desarrollo de las Habilidades Directivas

1. Objetivos
2. Los fundamentos de la inteligencia emocional
3. Las dos mentes
4. Las emociones
5. La inteligencia emocional en la empresa
6. La inteligencia emocional y el liderazgo
7. Resumen del tema

MÓDULO IX: Creación de empresas

1. El arte de emprender

1. Principios básicos
2. Objetivos
3. El papel del emprendedor dentro de la sociedad
4. Características del emprendedor
5. Factores que propician un espíritu emprendedor
6. Actitudes y habilidades sociales
7. Plan de empresa o plan de negocio
8. Resumen del tema

2. La Compañía, la Estrategia y el Equipo directivo

1. Introducción
2. Objetivos
3. En qué consiste el negocio
4. El mercado meta del negocio
5. La planificación del negocio
6. Diferencias con la competencia
7. Nombre de la empresa
8. Forma jurídica del negocio
9. Zona de ubicación del negocio
10. Etapas de un negocio
11. La posición financiera del negocio
12. Fortalezas y debilidades de la empresa
13. La organización empresarial
14. Resumen del tema

3. El Mercado

1. Introducción
2. Objetivos
3. Análisis del ámbito y competencia de la empresa
4. Estudio de mercado
5. Resumen del tema

4. El Marketing

1. Introducción
2. Objetivos
3. Análisis de marketing
4. Resumen del tema

5. La Financiación

1. Introducción
2. Objetivos
3. Presupuesto operativo anual
4. Cuestiones formales de la creación de una empresa
5. Trámites administrativos
6. Estructura legal de la empresa
7. Fiscalidad de la empresa
8. Gestión financiera
9. Capital riesgo
10. Resumen