

# CURSO SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS



*On-line*

*Convocatoria 2006 / 07*



Orense 81, 28020 Madrid  
Tel.: 91 444 41 30  
Fax: 91 446 18 00

[www.ciaformacion.com](http://www.ciaformacion.com) • [info@ciaformacion.com](mailto:info@ciaformacion.com)

## PROGRAMA

El programa del Curso consta de ocho áreas con sus correspondientes módulos y capítulos que se desarrollan a continuación.

<b>ÁREA I</b>	- Estrategia y Organización	- <i>Módulo 1: La estrategia empresarial</i> - <i>Módulo 2: Planificación de la empresa</i> - <i>Módulo 3: Organización empresarial</i>
<b>ÁREA II</b>	- Gestión Financiera	- <i>Módulo 1: Introducción a la contabilidad financiera</i> - <i>Módulo 2: La función financiera</i> - <i>Módulo 3: Análisis económico y financiero</i>
<b>ÁREA III</b>	- Dirección de operaciones	- <i>Módulo 1: La función de producción</i> - <i>Módulo 2: El proceso de producción y sistemas productivos</i> - <i>Módulo 3: Los aspectos operativos de la producción</i> - <i>Módulo 4: El sistema logístico</i>
<b>ÁREA IV</b>	- Marketing	- <i>Módulo 1: Principios y fundamentos del marketing</i> - <i>Módulo 2: Análisis externo e interno del marketing</i> - <i>Módulo 3: Investigación de mercados</i> - <i>Módulo 4: Estrategias del marketing mix</i> - <i>Módulo 5: Organización comercial y de marketing</i>
<b>ÁREA V</b>	- Recursos Humanos	- <i>Módulo 1: Planificación estratégica de Recursos Humanos</i> - <i>Módulo 2: Gestión y desarrollo personal</i> - <i>Módulo 3: Administración de RR.HH.</i> - <i>Módulo 4: La productividad de los Recursos Humanos</i>
<b>ÁREA VI</b>	- Control de Gestión	- <i>Módulo 1: Costes</i> - <i>Módulo 2: Control de gestión empresarial</i>
<b>ÁREA VII</b>	- Nuevas Tecnologías	- <i>Módulo 1: Internet</i> - <i>Módulo 2: Comercio electrónico</i> - <i>Módulo 3: Marketing electrónico</i> - <i>Módulo 4: Seguridad, Firma Digital, Legislación y Protección de Datos</i> - <i>Módulo 5: Gestión de la empresa en internet</i>
<b>ÁREA VIII</b>	- Creación de Empresas	- <i>Módulo 1: El proyecto empresarial</i> - <i>Módulo 2: La franquicia</i> - <i>Módulo 3: e-Business</i> - <i>Módulo 4: El cambio organizacional a e-commerce (e-change)</i>

Desarrollo del esquema en módulos y capítulos:

**Área I. Estrategia y Organización.**

■ **Módulo 1: La estrategia empresarial.**

- *Capítulo 1: Concepto y evolución de la estrategia.*
- *Capítulo 2: El proceso estratégico.*
- *Capítulo 3: Diagnóstico de la empresa.*
- *Capítulo 4: Análisis interno de la empresa.*
- *Capítulo 5: Análisis externo de la empresa.*
- *Capítulo 6: La cadena de valor.*
- *Capítulo 7: Análisis DAFO.*
- *Capítulo 8: Formulación de la estrategia.*
- *Capítulo 9: Implantación de una estrategia.*

■ **Módulo 2: Planificación de la empresa.**

- *Capítulo 1: La gestión empresarial.*
- *Capítulo 2: Planificación a largo plazo.*
- *Capítulo 3: Previsión de ventas.*
- *Capítulo 4: Planificación de la empresa a corto plazo.*
- *Capítulo 5: Los presupuestos.*
- *Capítulo 6: Modelo integral de planificación.*

■ **Módulo 3: Organización empresarial.**

- *Capítulo 1: La organización de la empresa.*
- *Capítulo 2: Diagnóstico y diseño de la organización.*
- *Capítulo 3: Factores que intervienen en la estructura de organización.*
- *Capítulo 4: Modelos básicos de organización.*
- *Capítulo 5: La función organizativa.*
- *Capítulo 6: Planificación y control organizativo.*

**Área II. Gestión Financiera.**

■ **Módulo 1: Introducción a la contabilidad financiera.**

- *Capítulo 1: Introducción a la contabilidad financiera.*
- *Capítulo 2: Conceptos básicos y Ciclo Contable.*
- *Capítulo 3: El Plan General de Contabilidad Español.*
- *Capítulo 4: Estados financieros básicos.*
- *Capítulo 5: La práctica contable:*
  - *Cuentas de ingresos y gastos.*
  - *Periodificación.*
  - *El IVA.*
  - *Las existencias y los derechos de cobro.*
  - *Inmovilizado material e inmaterial.*
  - *Inversiones financieras, exigible y provisiones.*
  - *Fondos propios y posiciones en divisas.*

■ **Módulo 2: La función financiera.**

- *Capítulo 1: Los objetivos de la empresa.*
- *Capítulo 2: Los objetivos financieros.*
- *Capítulo 3: La función financiera.*
- *Capítulo 4: La organización del departamento financiero.*

■ **Módulo 3: Análisis económico y financiero.**

- *Capítulo 1: Introducción al análisis de estados financieros.*
- *Capítulo 2: Los estados financieros y los ratios.*
- *Capítulo 3: Fondos propios.*
- *Capítulo 4: Liquidez.*
- *Capítulo 5: Estructura del pasivo.*
- *Capítulo 6: Estructura de costes.*
- *Capítulo 7: La cuenta de resultados.*
- *Capítulo 8: Estado de Origen y Aplicación de fondos.*

**Área III. Dirección de operaciones.**

■ **Módulo 1: La Función de Producción.**

- *Capítulo 1: Gestión de la Producción.*
- *Capítulo 2: Control estadístico de la calidad.*
- *Capítulo 3: La función de mantenimiento.*
- *Capítulo 4: Métodos y tiempos.*
- *Capítulo 5: Técnicas de planificación y control.*

■ **Módulo 2: El Proceso de Producción y Sistemas Productivos.**

- *Capítulo 1: Tipos de producción.*
- *Capítulo 2: Actividades de producción.*
- *Capítulo 3: Estructura de producción.*
- *Capítulo 4: Previsión de la demanda.*
- *Capítulo 5: Gestión de inventarios.*
- *Capítulo 6: Gestión de la reposición de existencias.*

■ **Módulo 3: Los aspectos operativos de la producción.**

- *Capítulo 1: Planificación de la Producción.*
- *Capítulo 2: Plan de Producción.*
- *Capítulo 3: Programa Maestro de Producción.*
- *Capítulo 4: Lista de Materiales.*
- *Capítulo 5: Planificación de las Necesidades de Materiales.*
- *Capítulo 6: Capacidad - Carga.*
- *Capítulo 7: Sistemas actuales de Gestión de Producción.*

■ **Módulo 4: El sistema logístico.**

- *Capítulo 1: El sistema logístico.*
- *Capítulo 2: La función de compras.*
- *Capítulo 3: La gestión de proveedores.*
- *Capítulo 4: La gestión integral de compras.*
- *Capítulo 5: Control de compras.*
- *Capítulo 6: La gestión de stocks.*
- *Capítulo 7: La gestión de almacenes.*
- *Capítulo 8: Control de stocks y tecnologías en la logística.*

**Área IV. Marketing.**

■ **Módulo 1: Principios y fundamentos del marketing.**

- *Capítulo 1: Concepto y evolución del marketing.*
- *Capítulo 2: La función de marketing.*
- *Capítulo 3: Marketing estratégico y marketing operativo.*
- *Capítulo 4: La satisfacción del cliente.*
- *Capítulo 5: El proceso de planificación estratégica.*
- *Capítulo 6: El departamento de marketing.*

■ **Módulo 2: Análisis externo e interno del marketing.**

- *Capítulo 1: Análisis del macroentorno de marketing.*
- *Capítulo 2: Análisis del microentorno de marketing.*
- *Capítulo 3: La competencia.*
- *Capítulo 4: Análisis del comportamiento del consumidor.*
- *Capítulo 5: Identificación de segmentos y público objetivo.*

■ **Módulo 3: Investigación de mercados.**

- *Capítulo 1: Introducción a la investigación de mercados.*
- *Capítulo 2: Selección de la técnica de investigación.*
- *Capítulo 3: Selección del método básico de investigación.*
- *Capítulo 4: Selección y diseño de la muestra.*
- *Capítulo 5: Gestión de los datos de la investigación.*

■ **Módulo 4: Estrategias de marketing mix.**

- *Capítulo 1: La política de producto y servicio.*
- *Capítulo 2: La política de precio.*
- *Capítulo 3: La política de distribución comercial.*
- *Capítulo 4: La política de comunicación y promoción.*
- *Capítulo 5: La publicidad.*
- *Capítulo 6: La atención y la fidelización del cliente.*
- *Capítulo 7: El plan de marketing.*

■ **Módulo 5: Organización comercial y de marketing.**

- *Capítulo 1: La organización de las ventas.*
- *Capítulo 2: Redes de vendedores.*
- *Capítulo 3: Selección, formación y motivación de vendedores.*

**Área V. Recursos Humanos.**

■ **Módulo 1: Planificación estratégica de Recursos Humanos.**

- *Capítulo 1: La función de gestión de los recursos humanos.*
- *Capítulo 2: Planificación estratégica de recursos humanos.*
- *Capítulo 3: Opciones estratégicas de recursos humanos.*

■ **Módulo 2: Gestión y desarrollo de personal.**

- *Capítulo 1: Motivación.*
- *Capítulo 2: Liderazgo.*
- *Capítulo 3: Comunicación interna.*
- *Capítulo 4: Selección.*
- *Capítulo 5: Formación.*
- *Capítulo 6: Evaluación de potencial y carrera profesional.*
- *Capítulo 7: Gestión por competencias.*
- *Capítulo 8: Valoración de puestos.*
- *Capítulo 9: Dirección por objetivos.*
- *Capítulo 10: Evaluación del desempeño.*

■ **Módulo 3: Administración de RR. HH.**

- *Capítulo 1: La Seguridad Social.*
- *Capítulo 2: El contrato de trabajo.*
- *Capítulo 3: Salarios.*
- *Capítulo 4: Negociación colectiva.*
- *Capítulo 5: Conflictos colectivos.*
- *Capítulo 6: Prevención de Riesgos Laborales.*

■ **Módulo 4: La productividad de los Recursos Humanos.**

- *Capítulo 1: La productividad de la fuerza laboral.*
- *Capítulo 2: El clima laboral.*
- *Capítulo 3: El trabajo en equipo.*

**Área VI. Control de Gestión.**

■ **Módulo 1: Costes.**

- *Capítulo 1: Principios y fundamentos de costes.*
- *Capítulo 2: Coste industrial, márgenes y resultados.*
- *Capítulo 3: El Modelo de costes históricos.*
- *Capítulo 4: El modelo de costes estándar.*
- *Capítulo 5: El periodo medio de maduración.*
- *Capítulo 6: El modelo de costes de oportunidad.*
- *Capítulo 7: El coste de subactividad.*

- *Capítulo 8: Asignación de costes: Método de coste completo o full-costing.*
- *Capítulo 9: Asignación de costes: Método del coste directo o direct-costing.*
- *Capítulo 10 El método de costes de las actividades (el ABC).*
- *Capítulo 11: El umbral de rentabilidad.*
- *Capítulo 12: Los costes y la toma de decisiones.*

■ **Módulo 2: Control de gestión empresarial.**

- *Capítulo 1: La función de control.*
- *Capítulo 2: Presupuesto y control presupuestario.*
- *Capítulo 3: El control de las actividades operativas.*
- *Capítulo 4: Balanced Scorecard.*

**Área VII. Nuevas tecnologías.**

■ **Módulo 1: Internet.**

- *Capítulo 1: ¿Qué es Internet?*
- *Capítulo 2: Funcionamiento de Internet.*
- *Capítulo 3: Búsqueda de información en Internet.*
- *Capítulo 4: Los portales.*

■ **Módulo 2: Comercio electrónico.**

- *Capítulo 1: Características del comercio electrónico.*
- *Capítulo 2: Agentes inteligentes.*
- *Capítulo 3: Utilización comercial de Internet.*
- *Capítulo 4: Tipología del comercio electrónico: especial referencia al B2C.*
- *Capítulo 5: La situación legal del comercio electrónico: la LSSI.*
- *Capítulo 6: Régimen fiscal e imposición del comercio electrónico.*

■ **Módulo 3: Marketing electrónico.**

- *Capítulo 1: Fundamentos de marketing electrónico.*
- *Capítulo 2: Técnicas de marketing electrónico.*
- *Capítulo 3: La marca en el comercio electrónico.*
- *Capítulo 4: El plan de marketing electrónico.*
- *Capítulo 5: Marketing electrónico y marketing mix.*

■ **Módulo 4: Seguridad, Firma Digital, Legislación y Protección de Datos.**

- *Capítulo 1: Políticas de Seguridad. Introducción.*
- *Capítulo 2: Criptografía y Firma Digital.*
- *Capítulo 3: Los medios de pago.*
- *Capítulo 4: Aspectos Legales.*

■ **Módulo 5: Gestión de la Empresa en Internet.**

- *Capítulo 1: Herramientas técnicas de gestión on-line.*
- *Capítulo 2: Servicios de Hosting y Housing.*
- *Capítulo 3: Las redes informáticas: valor añadido para la gestión. empresarial.*
- *Capítulo 4: Promoción de la web: claves en la gestión on-line.*

**Área VIII.: Creación de empresas.**

■ **Módulo 1: El proyecto empresarial.**

- *Capítulo 1: La idea de negocio.*
- *Capítulo 2: El emprendedor.*
- *Capítulo 3: Aspectos formales en la creación de una empresa.*
- *Capítulo 4: El Plan de Negocio.*

■ **Módulo 2: La franquicia.**

- *Capítulo 1: La franquicia.*
- *Capítulo 2: Aspectos determinantes para elegir una franquicia.*

■ **Módulo 3: e-Business.**

- *Capítulo 1: Aspectos estratégicos.*
- *Capítulo 2: Aspectos operativos.*
- *Capítulo 3: Etapas de un plan de negocio en Internet.*
- *Capítulo 4: Factores clave en un plan de negocio en internet.*

■ **Módulo 4: El cambio organizacional a e-commerce (e-change).**

- *Capítulo 1: Características de la economía digital.*
- *Capítulo 2: Mentalidad de la economía digital.*
- *Capítulo 3: La gestión del cambio cultural.*
- *Capítulo 4: Claves principales para el éxito de un proyecto e-Change.*

***La superación de todas las unidades didácticas habilitará al alumno para la obtención del Título de CURSO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS.***