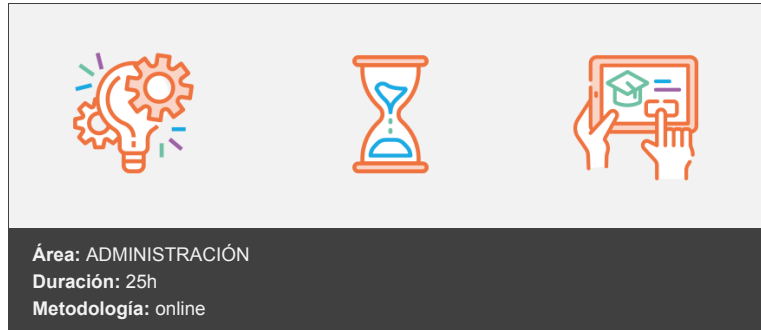


Análisis cualitativo y estratégico de la empresa



Objetivos

- Comprender a qué nos referimos con la denominación de «aspectos cualitativos» de una empresa.
- Conocer cuáles son los objetivos a cubrir mediante la realización del análisis cualitativo, en el estudio de operaciones de riesgo con empresas.
- Conocer y ser capaz de aplicar correctamente el análisis de la matriz DAFO a los aspectos cualitativos de una empresa.
- Conocer aquellos aspectos que deben considerarse en el análisis de la trayectoria reciente de la empresa.
- Conocer aquellos aspectos que deben considerarse en el análisis de los gestores y demás medios humanos de la empresa.
- Conocer aquellos aspectos que deben considerarse en el análisis de la infraestructura productiva de la empresa.
- Conocer aquellos aspectos que deben considerarse en el análisis de los productos de la empresa.
- Conocer aquellos aspectos que deben considerarse en el análisis del mercado y la acción comercial de la empresa.
- Conocer aquellos aspectos que deben considerarse en el análisis de la propiedad de la empresa.
- Comprender a que nos referimos, dentro de los aspectos cualitativos de la empresa, con la denominación de «aspectos funcionales».
- Conocer en qué consiste el análisis funcional de una empresa y cuáles son los objetivos a cubrir mediante su realización, tanto desde la perspectiva del mercado en el que debe competir la empresa analizada, como de la organización a la que deben servir.
- Conocer en qué consiste la función de organización en la empresa, y qué datos de la misma deben ser conocidos y valorados
- Conocer cuáles son los aspectos básicos que deben analizarse de la función financiera de una empresa, en qué consiste dicha función y qué sistema de valoración cualitativa puede utilizarse.
- Conocer la relación existente entre la función financiera y las demás áreas funcionales de la empresa.
- Comprender cómo debe profundizarse en el análisis ante la constatación de un aumento de los gastos financieros a corto plazo.
- Comprender cómo debe profundizarse en el análisis al detectar una disminución tal del fondo de maniobra que lo convierta en insuficiente.
- Conocer cuáles son los aspectos básicos que deben analizarse de la función directiva de una empresa, en qué consiste dicha función y qué sistema de valoración cualitativa puede utilizarse.
- Conocer cuáles son los aspectos básicos que deben valorarse sobre las aptitudes y competencias de un directivo, y qué sistema de valoración cualitativa puede utilizarse.
- Conocer la relación existente entre la función directiva y las demás áreas funcionales de la empresa.
- Conocer la relación existente entre las funciones de la empresa y el beneficio empresarial.
- Conocer y comprender que se entiende como análisis estratégico de la empresa, dentro de su análisis cualitativo, y qué objetivos se persiguen con el mismo.
- Conocer las técnicas de análisis competencial de la empresa denominadas como «Técnicas de portafolio» y, de forma especial, la «Matriz de la Boston Consulting Group».

- Conocer la forma de evaluar la composición de la cartera de productos y/o servicios de la empresa analizada, aprendiendo a identificar cada uno de ellos como producto incógnita, estrella, vaca o perro, y ser capaz de valorar el impacto que han producido, producen y producirán en sus cuentas de resultados.
- Comprender qué se entiende como análisis competencial de la empresa, dentro de su análisis estratégico, y qué objetivos se persiguen con el mismo.
- Conocer y comprender el método de análisis de Michael Porter y la matriz desarrollada por él, como herramienta básica para la determinación de la posición competencial de la empresa.
- Conocer y comprender las llamadas «fuerzas de Michael Porter», y ser capaz de valorarlas en las empresas en estudio.
- Comprender qué se entiende como análisis competencial de la empresa, dentro de su análisis estratégico, y qué objetivos se persiguen con el mismo.
- Conocer y comprender el método de análisis de Michael Porter y la matriz desarrollada por él, como herramienta básica para la determinación de la posición competencial de la empresa.
- Conocer y comprender las llamadas «fuerzas de Michael Porter», y ser capaz de valorarlas en las empresas en estudio.
- Conocer qué conclusiones prácticas pueden obtenerse a partir de la matriz de Michael Porter.

Contenidos y estructura del curso

UNIDAD 1 - DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- Concepto de dirección estratégica
- Técnicas de escenario
- Los competidores y el entorno competitivo
- Amenaza de ingreso de nuevos competidores
- Barreras para el ingreso
- Intensidad de la rivalidad entre los competidores existentes
- Situaciones competitivas
- Barreras de salida
- Barreras de salida y de ingreso
- Presión de productos sustitutivos
- Poder negociador de los compradores
- Poder de negociación de los proveedores
- Los grupos estratégicos
- El análisis integral de la empresa
- El análisis integral de la empresa
- El análisis integral de la empresa II
- Análisis económico-financiero de una empresa
- Concentraciones y dependencias de una empresa
- Análisis funcional de una empresa
- Análisis estratégico de una empresa

UNIDAD 2 - INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS CUALITATIVO

- Introducción al análisis cualitativo
- Aspectos cualitativos y proyección de la empresa
- Análisis cualitativo de la empresa
- Aspectos cualitativos de las características generales de la empresa

UNIDAD 3 - ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS CUALITATIVOS GENERALES DE LA EMPRESA

- Aspectos cualitativos generales de la empresa
- La propiedad de una empresa
- Los gestores y demás medios humanos de una empresa
- La infraestructura productiva de una empresa

- Los productos de una empresa
- El mercado y la acción comercial de una empresa

UNIDAD 4 - ANÁLISIS DE LAS DEPENDENCIAS

- Análisis de las dependencias
- Análisis de las concentraciones y las dependencias
- ¿Cómo puede determinarse la dependencia climática?
- La dependencia ecológica
- Las dependencias contractuales
- Las dependencias jurídicas
- La dependencia fiscal
- La dependencia política

UNIDAD 5 - INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS FUNCIONAL: FUNCIÓN ORGANIZACIÓN

- Introducción al análisis funcional: Función organización
- Funcionalidad de la empresa según su mercado
- Funcionalidad de la empresa según la organización
- Qué se entiende por función organización

UNIDAD 6 - ANÁLISIS FUNCIONAL: FUNCIÓN COMERCIAL

- Análisis funcional: Función comercial
- La función comercial de una empresa
- En qué consiste la función comercial de una empresa
- Conclusiones del análisis funcional de una empresa
- Relación entre función comercial y las demás áreas funcionales
- La constatación de un descenso de ventas

****UNIDAD 7 - ANÁLISIS FUNCIONAL: FUNCIÓN COMPRAS ****

- Análisis funcional. La Función Compras
- La función compras de una empresa
- En qué consiste la función de compras de una empresa
- Valoración cualitativa de la función compras
- Relación entre la función compras y las demás áreas funcionales
- Valoración ante la constatación de un aumento de los stocks

UNIDAD 8 - ANÁLISIS FUNCIONAL: FUNCIÓN PRODUCCIÓN

- Análisis funcional: Función producción
- ¿En qué consiste la función producción de una empresa?
- Valoración cualitativa de la función producción
- La función producción y las demás áreas funcionales
- Valoración del aumento en el consumo de materias primas

UNIDAD 9 - ANÁLISIS FUNCIONAL: FUNCIÓN RR.HH

- Análisis funcional: Función RR.HH
- En qué consiste la función de RR.HH. de una empresa
- Valoración cualitativa de la función RR.HH.
- Relación entre la función RR.HH. y las demás áreas funcionales
- Aumento de la rotación y el absentismo del personal

UNIDAD 10 - ANÁLISIS FUNCIONAL: FUNCIÓN FINANCIERA

- Análisis funcional: Función financiera
- ¿Cómo puede valorarse cualitativamente la función financiera
- La función financiera en relación a las demás áreas funcionales
- Aumento de los gastos financieros a corto plazo
- Detección de una disminución del fondo de maniobra

UNIDAD 11 - ANÁLISIS FUNCIONAL: FUNCIÓN DIRECTIVA

- Análisis funcional: Función directiva
- Valoración cualitativa de la función financiera
- Aptitudes y competencias básicas de un directivo
- Relación función directiva /demás áreas funcionales
- Relación funciones de la empresa /beneficio empresarial

UNIDAD 12 - ANÁLISIS ESTRATÉGICO: ANÁLISIS DEL PRODUCTO

- Análisis estratégico: Análisis del producto
- Qué se conoce como técnicas de Portafolio
- La matriz de la Boston Consulting Group (BCG)
- La BCG y el análisis del producto
- Funcionamiento de la Matriz de la BCG
- Criterios de clasificación de la Matriz de la BCG
- Conclusiones que se pueden obtener de la Matriz de la BCG
- Estrategias según los resultados de la Matriz de la BCG
- Limitaciones de la Matriz de la BCG

UNIDAD 13 - ANÁLISIS ESTRATÉGICO: ANÁLISIS DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

- Análisis competencial de las unidades de negocio
- Matriz atractivo del mercado-posición competitiva
- Atractivo del mercado y posición competitiva de la unidad de negocio
- Conclusiones a partir de la matriz atractivo del mercado-posición competitiva
- Limitaciones matriz atractivo del mercado-posición competitiva

UNIDAD 14 - ANÁLISIS ESTRATÉGICO: ANÁLISIS COMPETENCIAL DE LA EMPRESA I

- Análisis estratégico: Análisis competencial de la empresa I
- ¿Cuál es la utilidad de la Matriz Michael Porter?
- Amenaza de potenciales competidores
- Barreras de Entrada y Barreras de Salida
- Barreras de entrada y/o salida existentes

UNIDAD 15 - ANÁLISIS ESTRATÉGICO: ANÁLISIS COMPETENCIAL DE LA EMPRESA II

- Análisis estratégico: Análisis competencial de la empresa II
- Poder negociador de y con proveedores
- Amenaza de productos y tecnologías sustitutivas
- Intensidad de la competencia interna
- Conclusiones prácticas de la matriz de Michael Porter

Metodología

En Criteria creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

