



Creación y Gestión de PYMES

Creación y Gestión de PYMES

Duración: 60 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

Unidad Didáctica 1: La idea y el emprendedor
Objetivos 1. Introducción 2. Evaluación del potencial emprendedor
2.1. Características del emprendedor 2.2. Conocimientos 2.2.1. Tipos de conocimientos 2.2.2. Conocimientos técnicos 2.2.3. Conocimientos sobre el sector dentro del cual se actuará 2.2.4. Conocimientos de gestión empresarial 2.3. Destrezas 2.4. Actitudes 2.5. Intereses y motivaciones 3. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa 3.1. Planteamiento 3.2. Variables comerciales y de marketing 3.3. Variables propias 3.4. Variables de competencia 3.5. Tabla de variables internas o externas que pueden determinar el éxito en un negocio 4. Empoderamiento 4.1. Concepto 4.2. Características de las empresas y resultados positivos del empoderamiento 4.3. Cómo crear una empresa con empoderamiento 4.4. Desarrollo de capacidades personales para el aprendizaje 4.5. La red personal y social 5. Análisis de oportunidades e ideas: planteamiento 6. Identificación de oportunidades e ideas de negocio 6.1. Necesidades y tendencias 6.2. ¿Cómo generar una idea de negocio? Proceso tendencias 6.3. ¿Cómo encontrar una idea de negocio con éxito? 6.3.1. Generación de la idea de negocio 6.3.2. Primer autodiagnóstico de la idea o ideas de negocio 6.3.3. Segundo diagnóstico de la idea o ideas de negocio 6.4. Fuentes de búsqueda 6.4.1. Introducción 6.4.2. La formación profesional 6.4.3. La experiencia profesional 6.4.4. La sociedad: nuestro entorno 6.4.5. La lectura de publicaciones empresariales y especializadas 6.4.6. Mapa de cómo generar una idea/opportunidad de negocio 6.5. La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades 6.6. Técnicas de creatividad en la generación de ideas 6.6.1. Introducción 6.6.2. Emprendedor creativo y emprendedor no creativo 6.6.3. Brainstorming 6.6.4. Los mapas mentales 6.7. Técnica de Edward Bono (Seis Sombreros) 6.8. El pensamiento irradiante 7. Análisis DAFO de la oportunidad de negocio 7.1. Concepto 7.2. Utilidad y limitaciones 7.3. Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades 7.4. Elaboración del DAFO 7.5. Interpretación del DAFO
Unidad Didáctica 2: Técnicas y recursos para crear una PYME
Objetivos 1. Introducción 1.1. Recursos económicos propios o ajenos 1.2. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa 1.3. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios 2. La forma jurídica 2.1. Clasificación de las empresas 2.2. Tipos de sociedades mercantiles más comunes en pequeños negocios o microempresas 2.3. La forma jurídica de la sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social 2.4. La elección de la forma jurídica de la microempresa 3. Trámites burocráticos para la puesta en marcha de una PYME 3.1. Introducción 3.2. Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros 3.3. Previsión de necesidades de inversión 3.4. La diferenciación del producto 3.5. Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles 3.6. Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos
Unidad Didáctica 3: El plan estratégico
Objetivos 1. Conocimiento del entorno 1.1. El estudio de mercado: análisis del entorno del negocio o empresa 1.2. Factores sobre los que se debe buscar información 1.3. Elección de las fuentes de información 1.4. Entorno en el que llevaremos a cabo nuestra actividad 1.4.1. Introducción 1.4.2. Tipos de estudios
Ejercicio 10 2. Análisis de las

variables intervinientes 2.1. Introducción 2.2. Las características de un segmento de mercado 2.3. Posibles variables para segmentar un mercado 3. Desarrollo del plan estratégico 3.1. La descentralización productiva como estrategia de racionalización 3.1.1. Introducción 3.1.2. Ventajas e inconvenientes Ejercicio 11 3.2. La externalización de servicios ?Outsourcing? 3.2.1. Introducción 3.2.2. Tipos de procesos 3.2.3. ¿Cómo llevar a cabo un proceso de outsourcing? 3.3. Clientes potenciales 3.3.1. Introducción 3.3.2. La encuesta 3.3.3. Reuniones de grupo 3.3.4. Consulta de otros estudios de mercado o fuentes de información 3.4. Canales de distribución 3.5. Proveedores 3.6. Competencia 3.6.1. Introducción 3.6.2. Análisis de la competencia 3.7. Barreras de entrada 3.8. Análisis de decisiones previas 3.8.1. Introducción 3.8.2. Definición de idea de negocio 3.8.3. Visión de negocio 3.8.4. Misión de negocio 3.8.5. Objetivos y metas Unidad Didáctica 4: El plan de negocio Objetivos 1. Finalidad del Plan de Negocio 1.1. Plan de negocio: concepto 1.2. Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial 1.3. Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto 1.4. Identificación de las barreras de entrada y salida 2. Previsión y planificación económica 3. La búsqueda de financiación 4. Presentación del plan de negocio y sus fases 4.1. Introducción 4.2. Datos de identificación del proyecto empresarial 4.3. Presentación de la idea de negocio 4.4. Presentación de los promotores 4.5. Definición de perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización 4.6. Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio 4.6.1. Introducción 4.6.2. Proceso de fabricación de los productos o prestación de los servicios 4.6.3. Proceso de distribución 4.6.4. Proceso postventa 4.6.5. Proceso de atención al cliente 4.6.6. Procesos administrativos 4.7. Plan de organización: R.R.H.H. 4.8. Plan económico financiero 5. Instrumentos de edición y presentación de la información 5.1. Introducción 5.2. Aspectos formales del documento 5.3. Elección del tipo de soporte de la información 6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros 6.1. Cómo realizar una presentación adecuada de su plan de negocio 6.2. Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa 6.3. Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio Unidad Didáctica 5: Gestión y organización de una PYME Objetivos 1. Introducción 1.1. Componentes básicos de una pequeña empresa 1.2. Sistemas: planificación, organización, información y control 1.3. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa 1.3.1. Introducción 1.3.2. Construcción del mapa de procesos 1.4. La estructura organizativa de la empresa 1.5. Control de gestión del pequeño negocio o microempresa 1.6. Identificación de áreas críticas 1.6.1. Introducción y marco histórico 1.6.2. Perspectivas del Cuadro de Mando Integral 1.6.3. Indicadores básicos de control en pequeños negocios microempresas 2. Gestión económico-financiera 2.1. Características y funciones de los presupuestos 2.2. El presupuesto financiero 2.2.1. Introducción 2.2.2. Fuentes de financiación a corto plazo A) El crédito comercial B) Financiación de bancos a corto plazo C) Financiación de las cuentas a cobrar: El factoring D) Pagarés de empresa 2.2.3. Fuentes de financiación a largo plazo A) Emisión de obligaciones B) Financiación de bancos a largo plazo C) El leasing o arrendamiento financiero 2.3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales 2.4. Estructura, contenido y características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales 2.4.1. El Balance de situación 2.4.2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias 2.5. La Memoria 2.6. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de los pequeños negocios o microempresa 2.6.1. Análisis del Balance 2.6.2. Cálculo de porcentajes 2.6.3. Balance ideal que ha de procurar toda empresa 2.7. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes 2.7.1. Validez y representatividad 2.7.2. Principales ratios para analizar Balances A) Introducción B) Ratios de liquidez