

ÍNDICE

Unidad 1 Empresa

Empresa. Funciones principales.	pág. 7
Características que presenta toda empresa.	pág. 8
Misión de toda empresa.	pág. 8
Clasificación de las empresas.	pág. 8
La empresa y los factores productivos.	pág. 10
Pasos de creación de una empresa.	pág. 11
Factores que condicionan a la empresa.	pág. 13
Proceso de gestión y control.	pág. 14
Actividad integradora n° 1.	pág. 15
Análisis FODA.	pág. 17
Empresario.....	pág. 22
Características de un empresario eficaz.	pág. 22
Cuando un empresarios se transforma en emprendedor.....	pág. 23
Actividad integradora n° 2.	pág. 24
Management.	pág. 25
Gerenciamiento actual.	pág. 26
Entrepreneur. Diferentes tipos de entrepreneur.	pág. 27
Actividad integradora n° 3.	pág. 28
Indicadores para evaluar la gestión de la empresa. Tableros de comando.	pág. 29
Diseño de los tableros. Implantación de los indicadores.	pág. 30
Actividad integradora n° 4.	pág. 31
Actividad integradora n°5.	pág. 32

Unidad 2 | Gestión De Recursos Humanos (Primera Parte)

Importancia de los Recursos Humanos.	pág. 33
Composición del departamento de Recursos Humanos.	pág. 33
Administración de los Recursos Humanos.	pág. 34
Prioridades en la Administración de los Recursos Humanos.	pág. 34
Funciones de la gestión de Recursos Humanos.	pág. 34
La gestión de Recursos Humanos ayer y hoy.	pág. 35
Ubicación de los recursos humanos dentro de una organización.	pág. 36
Actividad integradora n°1.	pág. 37
Proceso de selección del personal. Etapas en el proceso de selección.	pág. 39
Etapas para una eficaz elección del personal.	pág. 40
Planeamiento de la provisión del personal.	pág. 40
¿Quién debe seleccionar?. Instrumentos para seleccionar.	pág. 41
Reclutamiento. Fuentes de reclutamiento.	pág. 42
Actividad integradora n°2.	pág. 43

La carta de presentación.	pág. 45
Tipos de cartas de presentación.	pág. 45
El currículum.	pág. 47
Estructura del currículum vitae. Presentación del currículum	pág. 48
Pautas para la confección de un C. V.	pág. 49
Ejemplo de presentación de C.V.	pág. 50
Actividad integradora nº3.	pág. 51

Unidad 3 Gestión de Recursos Humanos (Segunda Parte)

Capacitación. Etapas a cumplir para una correcta capacitación.	pág. 53
Entrenamiento. Desarrollo.	pág. 54
Actividades integradoras nº 1.	pág. 56
Coaching. El coaching dentro de las organizaciones.	pág. 58
El proceso de coaching.	pág. 59
Características del coach. El trabajo de un coach.	pág. 60
Actividad integradora nº2.	pág. 61
Evaluación de la actuación del personal. Objetivos de la evaluación del personal.	pág. 62
Proceso de evaluación de la actuación del personal.	pág. 63
Partes de toda evaluación. Qué se puede y debe evaluar en el personal.	pág. 64
Métodos para llevar a cabo una evaluación.	pág. 65
Actividad integradora nº 3.	pág. 67
Retribución o remuneración. Tipos de remuneración.	pág. 69
Conceptos no remunerativos. Modelo de recibo de pago de haberes.	pág. 71
Cuadro de porcentaje de aportes y contribuciones.	pág. 72
Cuadro de asignaciones o subsidios familiares.	pág. 73
Liquidación de remuneraciones.	pág. 74
Actividad integradora nº 4.	pág. 76
Determinación de la retribución.	pág. 78
Relación entre prestaciones y recompensas.	pág. 79
Actividad integradora nº 5.	pág. 81
Motivación y recompensas en las organizaciones. La influencia de los premios.	pág. 82
El rol de los gerentes y los premios.	pág. 83
Actividad integradora nº 6.	pág. 84

Unidad 4 Gestión de Producción (Primera Parte)

Gestión de producción. Concepto. Los sistemas de producción. Sistema de producción por pedido...pág.	85
Sistema de producción por lotes.	pág. 87
Sistema de producción continua.	pág. 88
Elección del sistema de producción. Productividad.	pág. 89
Actividades integradoras nº 1.	pág. 90
Técnicas de gestión de la producción. Justo a tiempo.	pág. 91
Planificación de los recursos de la empresa.	pág. 92
Gestión de la cadena de suministro.	pág. 93
Actividad integradora nº 2.	pág. 94
Planeamiento de la producción. El plan de producción.	pág. 95
Control de producción.	pág. 96
Actividad Integradora nº 3.	pág. 97
Capacidad de producción. Clasificación de los costos de producción.	pág. 99
Cálculo de costos de producción.	pág. 101
Actividad integradora nº 4.	pág. 103
Calidad.....	pág. 104
La calidad de los servicios.	pág. 105
Origen de las normas de calidad. Surgimiento de la necesidad de controlar la calidad.	pág. 106
Calidad total.	pág. 107
Actividad integradora nº 5.	pág. 108

Unidad 5 Gestión de Producción (Segunda Parte)

Importancia de la función de compras. Concepto. Organización interna.	pág. 109
Funciones.	pág. 110
Actividad integradora n° 1.	pág. 112
Política de compras.	pág. 114
Ética en la política de compras. Stocks. Clasificación de los stocks	pág. 115
Funciones de los stock. Control de los stocks.	pág. 116
Gestión de los stocks.	pág. 117
Costos de los stocks.	pág. 118
Outsourcing en el departamento de compras. Ventajas. Beneficios.	pág. 120
Actividad integradora n° 2.	pág. 121

Unidad 6 Gestión Financiera (Primera Parte)

Conceptos básicos de la gestión financiera. Objetivos fundamentales.	pág. 123
La gestión financiera y el riesgo. Perfil de riesgo de una organización. Cobertura de riesgo.	pág. 124
Actividad integradora n° 1.	pág. 125
Funciones del administrador financiero. Tipos y fuentes de financiamiento.	pág. 125
Otras fuentes de financiación.	pág. 127
Actividad integradora n° 2.	pág. 128
La política financiera.	pág. 129
El análisis financiero. Estados contables básicos.	pág. 130
Estado de Situación Patrimonial.	pág. 130
Estado de Resultados.	pág. 135
Estado de Evolución del Patrimonio Neto.	pág. 138
Estado de Origen y Aplicación de Fondos.	pág. 139
Actividad integradora n° 3.	pág. 140
Números Índices.	pág. 143
Actividad integradora n° 4.	pág. 146
Actividad integradora n° 5.	pág. 147

Unidad 7 Gestión Financiera (Segunda Parte)

Presupuestos. Objetivos de los presupuestos.	pág. 149
Clasificación de los presupuestos.	pág. 150
Elaboración de un presupuesto. Motivos por los cuales puede fracasar un presupuesto	pág. 151
Presupuesto de caja.	pág. 152
Actividad integradora n° 1.	pág. 154
Actividad integradora n° 2.	pág. 156
El cash flow Cash flow proyectado.	pág. 157
Elaboración del cash flow. Análisis de los componentes del cash flow.	pág. 158
Actividad integradora n° 3.	pág. 160

Unidad 8 Gestión de Comercialización (Primera Parte)

La actividad comercial. Marketing. Concepto. Evolución.	pág. 161
Objetivo del marketing.	pág. 162
Ejemplo de plan de marketing.	pág. 163
Función básica del marketing.	pág. 164
Marketing-Mix. Elementos de estudio.	pág. 165
Actividad integradora n° 1.	pág. 166

Estudio de mercado. Concepto. Realización y técnicas de estudio de mercado.	pág. 167
Planificación de estudio del mercado.	pág. 168
Políticas de selección y de segmentación de mercados.	pág. 169
Criterios para la elección de mercado.	pág. 170
Actividad integradora nº 2.	pág. 171
Segmentación del mercado.	pág. 172
Actividad integradora nº 3.	pág. 174

Unidad 9 Gestión de Comercialización (Segunda Parte)

Análisis de las variables que inciden en el mercado. El producto.	pág. 175
Ciclo de vida de un producto. Clasificación de los productos.	pág. 176
La marca del producto. Personalización del producto.	pág. 178
Actividad integradora nº 1.	pág. 179
Precio.	pág. 181
Distribución. Modalidades y funciones.	pág. 182
Canales de distribución.	pág. 183
Sistemas de distribución.	pág. 184
Formas de venta directa e indirecta.	pág. 185
Tipos de distribución.	pág. 186
Actividad integradora nº 2.	pág. 187
Franchising. Clasificación de las franquicias.	pág. 188
Condiciones generales de una franquicia.	pág. 189
Éxitos y fracasos del franchising.	pág. 190
Puntos de venta. Merchandising.	pág. 191
Historia del merchandising.	pág. 192
Tipos de merchandising.	pág. 193
Actividades integradoras nº 3 y 4.	pág. 195

Unidad 10 Gestión de Comercialización (Tercera Parte)

La promoción. Diferentes estrategias.	pág. 197
Diferentes acciones promocionales.	pág. 198
Publicidad. Principales objetivos publicitarios.	pág. 199
Los medios y la publicidad.	pág. 200
Las campañas publicitarias.	pág. 201
Relaciones públicas.	pág. 202
Actividad integradora nº 1.	pág. 203
Recursos de comercialización actuales.	pág. 204
Packaging. Diseño de envase.	pág. 204
Telemarketing. Desventajas. Ventajas.	pág. 205
Planeamiento de una campaña de telemarketing. Criterios para un buen manejo.	pág. 206
Actividad integradora nº 2.	pág. 207
E-Commerce. Internet.	pág. 208
El comercio tradicional y el comercio electrónico.	pág. 209
Elementos del marketing por internet.	pág. 210
Actividad integradora nº 3.	pág. 211
Actividad integradora nº 4.	pág. 212

Glosario

A - Z.	pág. 213
-------------	----------