

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CS3306-N

Nombre: ANÁLISIS Y CONTROL DE LA ESTRATÉGIA

Duración: 350 horas

Modalidad: Teleformación

Objetivos:

Saber diferenciar la contabilidad externa de la interna Conocer los diferentes estilos financieros que existen Conocer la finalidad del análisis contable y cómo se estructura Dominar las técnicas y procedimientos para poder tratar la información recogida en el balance Tener conocimiento sobre el objetivo del análisis patrimonial y en lo que consiste así como del análisis financiero Tener claro para qué sirven los ratios y los distintos tipos que hay Saber interpretar la tesorería de la empresa y los flujos que genera su funcionamiento Saber cómo se estructura, qué recoge y cuál es la funcionalidad de la cuenta de pérdidas y ganancias Conocer el objetivo del análisis económico de la empresa Tener conocimientos sobre las distintas técnicas de estudio de los resultados de la empresa Saber analizar la rentabilidad de la empresa Conocer el objetivo de estudio y las distintas fuentes de financiación existentes. Tener conocimiento de los elementos de los que se compone el patrimonio neto así como de lo que este aporta a la empresa. Saber la funcionalidad de los ratios de endeudamiento tanto en general como de cada uno. Ser consciente de lo que la financiación ajena puede suponer positiva y negativamente. " Conocer la evolución del entorno, la empresa y su gestión. Reconocer el control de gestión, su sistema y funciones. Reconocer la definición de presupuesto, presupuestar y planificar. Diferenciar las etapas del ciclo presupuestario. Conocer el análisis de desviaciones y mediante ratios. Conocer la organización en los centros de responsabilidad, centros de costes operativos y centro de gastos discrecionales. Diferenciar entre los criterios de evaluación, su controlabilidad y congruencia. Distinguir entre la auditoría interna y de gestión. Saber qué es un cuadro de mando integral y cuáles son sus funciones. Construir un cuadro de mando integrando diferentes perspectivas. o Comprender la producción como proceso. Profundizar en el concepto de productividad y sus respectivas decisiones estratégicas y tácticas. Conocer las fases de la estrategia de producto para la satisfacción del cliente. Aprender sobre el enfoque de estrategia de proceso de la empresa. Conocer los instrumentos que facilita su labor de la Dirección de Operaciones. Ahondar en los pasos a seguir para la toma de decisiones Profundizar en las aplicaciones estadísticas Entender el uso de la tecnología como medio y conocer las disponibilidades tecnológicas. Concienciarse sobre la importancia de las decisiones en relación con los layouts. Conocer los distintos tipos de Layouts existentes. Profundizar en el concepto de líneas de espera y sus características. Comprender la medida que indica el funcionamiento de las colas. Conocer los distintos tipos de Teorías de colas. Conocer los factores que afectan a la localización. Profundizar los distintos tipos de evaluación de las alternativas para la localización. Entender los factores que influyen en el aumento del volumen de negocio a través de la localización Conocer los modelos, los métodos y los algoritmos que faciliten el proceso de transporte buscando el mínimo coste de envío y producción. Profundizar sobre el concepto de calidad dentro de la organización Conocer la gestión de calidad total de la producción y operaciones Entender la aplicación de las distintas herramientas, tanto de calidad total como estadísticas Conocer la estrategia de recursos humanos Dominar el diseño de trabajos Entender los estándares y medición de tiempos Saber sobre la

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CS3306-N

Nombre: ANÁLISIS Y CONTROL DE LA ESTRATEGIA

Duración: 350 horas

Modalidad: Teleformación

planificación de la mano de obra o Aumentar la competitividad de la empresa logrando ventajas competitivas. Incrementar el valor añadido para aumentar la ventaja competitiva. Usar el management estratégico y las principales variables que maneja. Realizar análisis según el método DAFO. Saber qué son la misión, la visión y los valores de una empresa y comprender cómo afectan a la definición de estrategias. Estimar el impacto de la cultura y la estructura empresariales en la adopción de estrategias. Adoptar decisiones estratégicas de forma correcta y eficaz. Conocer qué son y cómo funcionan las unidades estratégicas de negocio. Conocer el funcionamiento de los mercados Diferenciar los conceptos de Oferta y Demanda Saber definir el rol del Estado en la economía Conocer el concepto de activo y su clasificación Definir el término "dinero" y enumerar sus características Saber decir qué son y que funciones tienen los Bancos comerciales Entender y reproducir los principales activos financieros que cotizan en bolsa Conocer la política monetaria Saber cómo afecta el ajuste doble de los mercados Identificar como afectan las políticas de demanda con movilidad de capitales Diferenciar entre la movilidad de capitales con tipo de cambio flexibles y fijos Diferenciar los sectores que componen la economía Conocer la oferta y demanda agregada Reconocer cuales son los efectos de la oferta y demanda agregadas "

Contenidos:

Análisis Contable

UD1. Introducción al análisis Contable

UD2. Estudio del balance

UD3. Estudio de la cuenta de pérdidas y ganancias

UD4. Análisis del endeudamiento

UD5. Estados financieros

Control de Gestión

UD1. Control de gestión

UD2. Presupuestos

UD3. Centro de responsabilidad

UD4. Cuadro de mando integral

Dirección de Operaciones

UD1. Estrategias de producto y de proceso

UD2. Herramientas para la Dirección de Operaciones y disponibilidades tecnológicas

UD3. Tipos de layout

UD4. Líneas de espera o teoría de colas

UD5. Localización

UD6. Introducción al concepto de calidad

UD7. La gestión de los recursos humanos en la producción

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CS3306-N

Nombre: ANÁLISIS Y CONTROL DE LA ESTRATEGIA

Duración: 350 horas

Modalidad: Teleformación

Fundamentos de Estrategia

UD1. Competitividad y management estratégico

UD2. Organización y estructuras estratégicas

UD3. Análisis del entorno general y del entorno específico

UD4. Diagnóstico Interno y diagnóstico estratégico

UD5. Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial

UD6. Herramientas estratégicas de gestión

Entorno económico

UD1. Flujo circular e indicadores

UD2. Mercado de activos

UD3. Doble ajuste de los mercados

UD4. Oferta y demanda agregadas

UD5. Problemas económicos