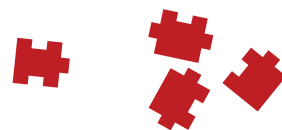




DOCTOR OLÓRIZ 2, 1ºA
GRANADA 18012
tel. 900 44 22 44
fax 900 10 17 99
email info@grupo2000.es
web www.grupo2000.es



Aspectos generales sobre empresa y crisis

IC-3333

Modalidad: Distancia.

Duración: 80h

Objetivos:

Este manual pretende proporcionar estrategias eficaces para aumentar la competitividad de la empresa en tiempos de crisis, analizando la organización empresarial y la situación socioeconómica actual.

Contenidos:

Preliminares Básicos de la Organización. Gestión y Planificación Empresarial

¿Es el beneficio la medida de la eficiencia?. ¿Qué aportan los beneficios a la sociedad?. El cliente "punto de mira" en la organización. Anticipación en crisis. ¿Cómo afectan los cambios a una empresa en un mercado de competencia perfecta?. Finalidad de la gestión. Distintas formas de organización empresarial. El control de gestión. Planificación de la empresa.

Aspectos Fundamentales de la Empresa

Definición de empresa. La empresa como organización. Elementos y funciones de una empresa. Tipos de empresas. El fin social de la empresa. El ciclo contable. Empresa. Establecimientos de objetivos. Empresa. Medición de objetivos y cultura empresarial.

La Organización Empresarial y su Entorno. Objetivos

El entorno próximo. El entorno general. La competencia como factor del entorno exterior. Objetivos corporativos y estrategia. Fijación de los objetivos. ¿Qué objetivos persigue la empresa?.

Cualidades y Conocimientos de un buen Gestor. Comunicación en Tiempos de Crisis

Relaciones a otros niveles superiores de la organización. Los distintos enfoques en la gestión empresarial. Consecuencias de esta relación interprofesional. El empresario de éxito. ¿Por qué es importante comunicar?. Consejos para la comunicación

en tiempos de crisis. Consejos para que gaste menos en la comunicación de su empresa.

La Comunicación Efectiva y Estrategia de la Comunicación

Características de una correcta comunicación. Estrategia de la comunicación. Factores en la estrategia de comunicación. Prioridades en la comunicación. Eficiencia en los canales de comunicación. Estrategias de comunicación en situaciones de crisis.

Gestión de los Recursos Humanos

La administración de los recursos humanos. Los reglamentos internos. Contratación y evaluación. Formación. Las relaciones laborales y los salarios. Gestión del departamento de recursos humanos en tiempos de crisis.

Gestión comercial y actuaciones para combatir la crisis

El concepto de demanda y sus categorías. El comportamiento de compra. Nociones básicas sobre el concepto de segmentación de mercados. Conceptos importantes en la gestión comercial. La publicidad: conceptos básicos. Actuaciones de gestión comercial para combatir la crisis.

Formulación de la Política Estratégica de la Empresa

Las funciones básicas de la estrategia. Marketing estratégico. Crecimiento y desarrollo. Los beneficios que aporta la planificación estratégica. Factores que afectan a la planificación. Estrategias prácticas para tiempos de crisis.

El consumidor

Concepto de consumidor. Historia del concepto de consumidor. El comportamiento del consumidor. Tipos de consumidor. Target Group. La decisión de compra. Comportamiento del consumidor en tiempos de crisis.

Crisis, Aspectos Fundamentales

Requisitos para que una empresa tenga éxito en tiempos de crisis. ¿Cómo nos ayuda la tecnología a superar este período?. Algunas formas de mantener el crecimiento durante la recesión. Errores ante una situación de crisis económica. Concurso de acreedores. Indicadores para saber que la crisis ha terminado.