

**PROGRAMA FORMATIVO DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA
DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (DAE)
ADGD074PO**

CONTENIDO DEL CURSO:

1. CONCEPTOS GENERALES

- 1.1. Formalizar el concepto de empresa y justificar su utilidad como mecanismo de coordinación alternativo al mercado.
- 1.2. Comentar la evolución y problemática del concepto de “empresario”.
- 1.3. Analizar la empresa actual como sistema sociotécnico abierto, en permanente interacción con el entorno.
- 1.4. Presentar los aspectos que caracterizan la empresa como organización.

2. LA DIRECCIÓN EN LA EMPRESA Y EL PROCESO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- 2.1. Presentar los aspectos que caracterizan la empresa como organización.
- 2.2. Analizar las raíces del “problema estratégico”, y profundizar en el concepto de estrategia.
- 2.3. Estudiar la evolución de los sistemas de Dirección hasta llegar al Management Estratégico.
- 2.4. Formalizar el proceso de Dirección Estratégica.
- 2.5. Analizar las actividades que desarrolla el subsistema directivo para lograr la consecución de los objetivos de la organización.
- 2.6. Presentar un enfoque que integra la orientación al cliente, a las personas que forman la empresa y a la consecución de objetivos.
- 2.7. Presentar algunos conceptos básicos manejados en la dirección estratégica, como son la misión, los fines, la cultura de empresa, etc.

3. ANÁLISIS EXTERNO

- 3.1. Concienciar de la necesidad de realizar un análisis del entorno como parte integrante del proceso de análisis estratégico.
- 3.2. Formalizar un proceso racional de análisis del entorno y proporcionar los conceptos teóricos básicos que posibiliten analizar rigurosamente el entorno de cualquier organización.

3.3. Acercar al alumno las herramientas más habituales que suelen utilizarse a la hora de realizar el análisis.

4. ANÁLISIS INTERNO

- 4.1. Formalizar el proceso de análisis interno de la organización, complementario al análisis externo tratado en la unidad didáctica anterior.
- 4.2. Concienciar al alumno de la necesidad de profundizar en las fortalezas y debilidades que presenta la organización como paso previo a la implantación de cualquier tipo de estrategia futura.
- 4.3. Proporcionar una serie de herramientas de análisis que permitan acometer el estudio interno de la organización.
- 4.4. Introducir y analizar herramientas integradoras de los resultados de los análisis interno y externo, las matrices estratégicas, y su utilidad como resúmenes intuitivos de todo el proceso de análisis estratégico.

5. FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

- 5.1. Vincular el concepto de estrategia con el de ventaja competitiva sostenible.
- 5.2. Identificar los diferentes niveles de estrategia.
- 5.3. Comparar las posibles estrategias competitivas que pueden adoptar las empresas.

6. LA DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS

- 6.1. Destacar la importancia que las personas tienen para las empresas en la actualidad.
- 6.2. Definir el concepto de Dirección de Recursos Humanos.
- 6.3. Diferenciar los conceptos liderazgo, dirección y poder.
- 6.4. Analizar las fuentes de poder y las aptitudes de los líderes para influir en el comportamiento de las personas de la organización.
- 6.5. Definir el concepto de Comunicación en las Organizaciones, destacando el porqué de su importancia y los tipos existentes.
- 6.6. Definir los conceptos de Reclutamiento y Selección y analizar las acciones necesarias para su desarrollo. Analizar las necesidades de Formación en las Organizaciones y los Planes para satisfacerlas.
- 6.7. aclarar cuál es la misión de la Evaluación y que alternativas existen para realizarla.
- 6.8. Analizar las funciones que debe cumplir el sistema de retribución en las Organizaciones.

7. LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES

- 7.1. Analizar la visión actual de las operaciones en la empresa.

- 7.2. Analizar la relación entre la planificación empresarial y la planificación de operaciones.
- 7.3. Mostrar un enfoque útil para la concreción de los objetivos del área de operaciones. Definir el concepto de producción en la situación actual.
- 7.4. Analizar la producción desde el enfoque de sistemas.
- 7.5. Analizar las funciones del subsistema de producción.
- 8. EL SISTEMA DE MARKETING**
 - 8.1. Dar una visión general sobre el concepto de marketing.
 - 8.2. Analizar cómo ha evolucionado el Marketing a lo largo del tiempo.
 - 8.3. Definir el concepto de Marketing.
 - 8.4. Estudiar los principales elementos del marketing.
 - 8.5. Analizar las tendencias del Marketing que más aceptación están teniendo en los últimos años.
- 9. LA EMPRESA Y LA INFORMACIÓN ECONÓMICA (I)**
 - 9.1. Presentar la información económica (interna y externa) como parte del sistema de información de la organización, al ser la base para el análisis y la toma de decisiones.
 - 9.2. Presentar a la contabilidad como el lenguaje de estos instrumentos informativos, sin cuyos principios y conceptos no es posible la comprensión de aquellos instrumentos.
 - 9.3. Introducir el concepto de normalización contable.
- 10. LA EMPRESA Y LA INFORMACIÓN ECONÓMICA (II)**
 - 10.1. Presentar a los estados financieros como instrumento informativo que consolida y recoge la información económico-financiera de la organización.
 - 10.2. Presentar el análisis de las Cuentas Anuales o Estados Financieros de una empresa como vía para obtener información elaborada y con un cierto nivel de profundidad sobre la empresa.
 - 10.3. Estudiar las principales herramientas para el análisis de las inversiones empresariales.