

DESCRIPCIÓN

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.

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

UNIDAD 1: 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.

UNIDAD 2: 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.

UNIDAD 3: 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?

UNIDAD 4: 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.

UNIDAD 5: LA COMUNICACIÓN EFECTIVA Y ESTRATÉGICA 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.

UNIDAD 6: 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.

UNIDAD 7: 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.

UNIDAD 8: 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.

UNIDAD 9: 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.

UNIDAD 10: CRISIS, ASPECTOS FUNDAMENTALES: Requisitos para que una empresa tenga éxito en tiempos de crisis. - ¿Cómo nos ayuda la tecnología a superar este periodo?. - 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.

CUESTIONARIO