

DESCRIPCIÓN

En este curso veremos en qué consiste el análisis integral de una empresa en términos de riesgo de crédito, cuál es el conjunto de análisis que lo componen, cuáles son los aspectos cualitativos que deben analizarse, y qué conclusiones deben obtenerse mediante el estudio de cada uno de ellos.

OBJETIVOS

Comprender a qué nos referimos con la denominación de «análisis integral de la empresa». - Conocer cuáles son los distintos análisis a realizar, los cuales componen en su conjunto el denominado análisis integral. - Conocer cuáles son las conclusiones que deben obtenerse mediante la realización de los distintos análisis que componen el análisis integral de la empresa.

CONTENIDOS

MÓDULO ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA EMPRESA

UNIDAD 1: EL ANÁLISIS INTEGRAL DE LA EMPRESA - El análisis integral de la empresa - Análisis económico-financiero de una empresa - Análisis de las concentraciones y dependencias de una empresa - Análisis funcional de una empresa - Análisis estratégico de una empresa

UNIDAD 2: INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS CUALITATIVO - Introducción al análisis cualitativo - Aspectos cualitativos y proyección de la empresa - Análisis cualitativos de la empresa - Aspectos cualitativos a valorar de las características generales de la empresa

UNIDAD 3: ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS CUALITATIVOS GENERALES DE LA EMPRESA - Aspectos cualitativos generales de la empresa - La propiedad de una empresa - Los gestores y demás medios humanos de una empresa - La infraestructura productiva de una empresa - El mercado y la acción comercial de una empresa

UNIDAD 4: ANÁLISIS DE LAS DEPENDENCIAS - Análisis de las dependencias - Análisis de las concentraciones y las dependencias - ¿Cómo puede determinarse la dependencia climática? - La dependencia ecológica - Las dependencias contractuales - Las dependencias jurídicas - La dependencias fiscal

UNIDAD 5: ANÁLISIS DE CONCENTRACIONES Y/O DEPENDENCIAS - Concentraciones y/o dependencias de clientes - Concentraciones y/o dependencias de proveedores - Concentraciones y/o dependencias de Entidades financieras - Concentraciones y/o dependencias de recursos humanos - ¿Cómo pueden determinarse concentraciones y/o dependencias de productos y servicios? - ¿Cómo pueden determinarse concentraciones y/o dependencias del mercado? - Concentraciones y/o dependencias funcionales - Concentraciones y/o dependencias de producción y tecnología - Concentraciones y/o dependencias de poder

MÓDULO ANÁLISIS FUNCIONAL

UNIDAD 6: FUNCIÓN ORGANIZACIÓN - Introducción al análisis funcional - La funcionalidad de la empresa desde la perspectiva de su mercado - La funcionalidad de la empresa desde la perspectiva de la organización - ¿Qué se entiende por función organización?

UNIDAD 7: FUNCIÓN COMERCIAL - Análisis funcional: Función comercial - La función comercial de una empresa - ¿En qué consiste la función comercial de una empresa? -

Conclusiones del análisis funcional de una empresa - ¿Qué relación existe entre función comercial y las demás áreas funcionales de la empresa? - La constatación de un descenso de ventas

UNIDAD 8: FUNCIÓN COMPRAS - Análisis funcional: Función compras - La función compras de una empresa - ¿En qué consiste la función de compras de una empresa? - Valoración cualitativa de la función compras - Relación entre la función compras y las demás áreas funcionales - Valoración ante la constatación de un aumento de los stocks

UNIDAD 9: FUNCIÓN PRODUCCIÓN - Análisis funcional: Función producción - ¿En qué consiste la función producción de una empresa? - Valoración cualitativa de la función producción - Relación entre la función producción y las demás áreas funcionales - Aspectos a valorar ante un aumento en el consumo de materias primas

UNIDAD 10: FUNCIÓN RR.HH. - Análisis funcional: Función RR.HH - ¿En qué consiste la función de RR.HH de una empresa? - Valoración cualitativa de la función RR.HH - Relación entre la función RR.HH y las demás áreas funcionales - Aspectos a valorar ante un aumento de la rotación y el absentismo del personal?

UNIDAD 11: FUNCIÓN FINANCIERA - Análisis funcional: Función financiera - ¿Cómo puede valorarse cualitativamente la función financiera? - Relación entre la función financiera y las demás áreas funcionales - Aspectos a valorar ante un aumento de los gastos financieros a corto plazo - Aspectos a valorar al detectar una disminución del fondo de maniobra

UNIDAD 12: FUNCIÓN DIRECTIVA - Análisis funcional: Función directiva - Valoración cualitativa de la función financiera - Valoración cualitativa de las aptitudes y competencias básicas de un directivo - Relación entre la función directiva y las demás áreas funcionales - Relación entre las funciones de la empresa y el beneficio empresarial

UNIDAD 13: ANÁLISIS DEL PRODUCTO - Análisis estratégico: Análisis del producto - ¿Qué se conoce como técnicas de Portafolio? - La matriz de la Boston Consulting Group - La Boston Consulting Group y el análisis del producto - ¿Cómo funciona la Matriz de la Boston Consulting Group? - Criterios de clasificación de la Matriz de la Boston Consulting Group - Conclusiones que se pueden obtener de la Matriz de la Boston Consulting Group - Estrategias a adoptar en relación con los resultados de la Matriz de la BCG - Limitaciones de la Matriz de la Boston Consulting Group

MÓDULO ANÁLISIS ESTRATÉGICO

UNIDAD 13: ANÁLISIS DEL PRODUCTO - Análisis estratégico: Análisis del producto - ¿Qué se conoce como técnicas de Portafolio? - La matriz de la Boston Consulting Group - La Boston Consulting Group y el análisis del producto - ¿Cómo funciona la Matriz de la Boston Consulting Group? - Criterios de clasificación de la Matriz de la Boston Consulting Group - Conclusiones que se pueden obtener de la Matriz de la Boston Consulting Group - Estrategias a adoptar en relación con los resultados de la Matriz de la BCG - Limitaciones de la Matriz de la Boston Consulting Group

UNIDAD 14: ANÁLISIS COMPETENCIAL DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO - Análisis estratégico: Análisis competencial de las unidades de negocio - Matriz atractivo del mercado-posición competitiva - El atractivo del mercado y la posición competitiva de la unidad estratégica de negocio - El atractivo del mercado y la posición competitiva de la unidad estratégica de negocio - Conclusiones a partir de la matriz atractivo del mercado-posición competitiva - Limitaciones de la matriz atractivo del mercado-posición competitiva

UNIDAD 15: ANÁLISIS COMPETENCIAL DE LA EMPRESA (I) - Análisis estratégico: Análisis competencial de la empresa I - ¿Cuál es la utilidad de la Matriz Michael Porter? - Amenaza de

potenciales competidores - Barreras de Entrada y Barreras de Salida - Barreras de entrada y/o salida existentes

UNIDAD 16: ANÁLISIS COMPETENCIAL DE LA EMPRESA (II) - Análisis estratégico: Análisis competencial de la empresa II - Poder negociador de y con proveedores - Amenaza de productos y tecnologías sustitutivas - Intensidad de la competencia interna - Conclusiones prácticas de la matriz de Michael Porter

MÓDULO CASOS PRÁCTICOS