

CATÁLOGO DE CURSOS

LÍNEA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS

Escuela de Negocios

16. CREACIÓN DE EMPRESAS

I. DIRIGIDO A:

Dirigido a todas aquellas personas, que teniendo una idea de empresa, les falten las herramientas de gestión y acompañamiento necesarias para desarrollarla.

II. OBJETIVO:

El objetivo principal de este programa es la estimulación de la creación de nuevas empresas, mediante la formación empresarial y la tutorización individual de los proyectos de los emprendedores.

III. METODOLOGÍA:

EOI ha desarrollado una metodología que se basa en la formación de carácter práctico y en la atención individualizada y activa a cada uno de los emprendedores, y cuenta con un elemento clave que marca la diferencia respecto de otras metodologías: los programas no finalizan cuando el emprendedor termina su proyecto, sino que se mantiene un seguimiento continuo para apoyar tanto la puesta en marcha como la consolidación de la empresa.

El objetivo de este programa es conseguir que los emprendedores que participan en él realicen un proyecto viable a partir de su idea de empresa inicial. La duración de este programa, 500 horas distribuidas en aproximadamente cuatro meses, facilita que los emprendedores dispongan de suficiente tiempo para la reflexión y el análisis, de manera que puedan ir madurando su idea de negocio.

Este objetivo se logra a través de:

a) Formación práctica en gestión de pymes:

Contemplando tanto formación general en gestión empresarial como formación específica para la creación de empresas. La formación es impartida por profesores especialistas y con un enfoque eminentemente práctico.

b) Tutorización activa e individualizada:

A través de la cual los consultores expertos en las diferentes materias apoyan al emprendedor con el fin de que pueda desarrollar su proyecto de empresa.

Cada participante tiene un apoyo exclusivo y personalizado para ayudarle a plasmar su idea empresarial en un proyecto viable susceptible de ser llevado a la práctica.

Este programa termina con la presentación de un proyecto empresarial por parte de cada participante.

IV. PROGRAMA:

Los diferentes módulos de los que consta este programa son los siguientes:

Módulo Lectivo	156 horas
<ul style="list-style-type: none">○ Metodología de Proyectos○ Marketing○ Finanzas○ Recursos Humanos○ Plan de Operaciones y Logística○ Aplicaciones Informáticas y Comercio Electrónico○ Fiscalidad○ Aspectos Jurídicos (mercantiles y laborales)○ Unión Europea y Comercio Exterior○ Ayudas Locales○ Técnicas de Comunicación	
TOTAL TUTORÍAS PROFESORES ESPECIALISTAS	106 Horas
TOTAL TUTORÍAS Y DIRECCIÓN PROYECTOS	238 Horas
TOTAL HORAS CURSO	500 Horas

17. CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS

I. DIRIGIDO A:

- **Empresarios** que deseen *replantearse su empresa* para ajustarla a las nuevas necesidades del mercado y actualizar sus conocimientos de gestión empresarial.
- **Colaboradores del Empresario** que sientan la necesidad *de involucrarse en la formación continua* como medio de mantener y/o mejorar su competencia profesional.
- **Profesionales** de la gestión de empresa que deseen *la mejora de empleo*

II. OBJETIVO:

Proporcionar una oportunidad al **Empresario** de la Pequeña y Mediana Empresa, de:

- Revisar la situación de su empresa partiendo de un **Diagnóstico** sistemático de cada una de sus áreas funcionales.
- **Reformular sus objetivos estratégicos** a la vista de la nueva situación revelada por el análisis de las condiciones del nuevo entorno (sector, competencia, nuevas tecnologías, variaciones de la demanda, etc.)
- Elaborar un **Plan Estratégico/de Mejora** consecuente con el Diagnóstico de partida y con los objetivos estratégicos propuestos, introduciendo los cambios que se revelen indispensables dentro de las posibilidades razonables de cada una de las empresas.
- Actualizar el conocimiento y mejorar las **Habilidades de Dirección** por parte del *empresario y de sus colaboradores más directos* en cuanto a las posibilidades que brindan las *modernas herramientas de gestión* hoy al alcance de las PYMEs.

III. METODOLOGÍA:

El Programa se articula en dos Módulos:

- El **MÓDULO DE DIAGNÓSTICO** se desenvuelve en dos marcos, uno *presencial* (dos sesiones de dos horas de duración entre las 19 y las 21

horas) y otro de *consultoría* en las propias empresas de los participantes a las que se desplaza el profesor-consultor para evaluar el área de su especialidad. Tras las visitas, cada especialista elabora un Informe de Diagnóstico y Recomendaciones que finalmente se le hará llegar a cada participante a través del Director del Plan Estratégico.

- El **MÓDULO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA** corre a cargo del Director del Plan Estratégico, quien se reúne con cada uno de los participantes en el programa en sus respectivas empresas a los que va orientando sucesivamente a lo largo del curso sobre la elaboración del Plan Estratégico que redactará el alumno.

Al término, con independencia de dicho Plan, el propio Director elabora un Informe Global con recomendaciones en base a los datos y la información recogida por el mismo en las consultorías, al que añade los Diagnósticos funcionales redactados por los profesores especialistas funcionales.

IV. PROGRAMA:

A. Módulo de Análisis y Diagnostico

256 Horas

- Situación Comercial de la empresa.
- Las finanzas; evaluación y recomendaciones.
- Situación fiscal.
- E-Business y Auditoría Informática
- Situación Laboral
- Recursos Humanos
- Calidad y Logística
- Módulo opcional, s/ necesidades

B. Modulo de Planificación Estratégica

158 Horas

TOTAL DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN CURSO

86 Horas

TOTAL HORAS CURSO

500 Horas

18. CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

I. DIRIGIDO A:

- **Empresarios** de EF que deseen aprovechar la sucesión *como plataforma de relanzamiento de su empresa*.
- **Potenciales candidatos** a la sucesión del empresario, *que se plantean si unir o no su futuro profesional al de la empresa de sus mayores*.
- **Sucesores ya integrados** en la empresa (**y/o directivos profesionales**) *que desean trazar un plan estratégico* al que referir la trayectoria futura de la empresa.
- **Miembros del Consejo de Administración** que, aún sin trabajar en la empresa en su caso, deseen mejorar su conocimiento de la misma como base para enjuiciar más eficazmente las alternativas de gobierno.

II. OBJETIVO:

Proporcionar una oportunidad a:

- **El empresario** de la empresa familiar, de *revisar* –con el asesoramiento de expertos en los procesos sucesorios-, *la situación de la empresa en relación con el relevo generacional*. Ello le permitirá *verificar su posición particular* en relación con cada uno de los aspectos relevantes de dicho proceso, así como *los pasos a dar en cada una de las áreas* (jurídica, patrimonial, organización, relaciones con la familia, formación del sucesor, etc.) para completar las operaciones que le permitan, planificar primero e implementar después, la sucesión.
- **Los potenciales sucesores** de *visualizar la empresa posible* que desearían dirigir el día de mañana (su empresa).

III. METODOLOGÍA:

- Diferenciada para **Predecesores y Sucesores**.
- Asistencia presencial limitada a **viernes tarde y sábados mañana**.
- Consultorías individualizadas, que permiten proporcionar a cada empresario al final del programa un **INFORME CONFIDENCIAL** con **DIAGNOSTICO** y **RECOMENDACIONES** tanto de lo que se refiere a la situación de la Empresa como al proceso de Sucesión.
- Tutorización del Plan Estratégico.

IV. PROGRAMA:

A. Módulo de gestión de la sucesión

1. Diagnóstico frente a la Sucesión

168 Horas

- Situación Comercial de la empresa de cara al futuro
- Finanzas de la empresa y del predecesor frente a la sucesión y al retiro del predecesor
- Estructura jurídica de la empresa familiar; medidas previsoras
- Evaluación fiscal de la empresa familiar abocada a la sucesión
- Evaluación de los Recursos Humanos de cara a la transición generacional
- Habilidades Directivas

2. Foro de Empresa Familiar

55 Horas

- Once sesiones de debate profundo sobre temas de conflicto en la empresa familiar alrededor de casos prácticos

3. Análisis del contexto individual de la empresa-familiar en orden al proceso de la Sucesión

64 Horas

- Un consultor especializado ayuda a cada uno de los empresarios que lo deseen a *estructurar* su proceso de sucesión.

B. Modulo de Planificación Estratégica

152 horas

- Dirección del Plan Estratégico

TOTAL DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN CURSO

86 Horas

TOTAL HORAS CURSO

525 Horas

19. CURSO CORTO DE PREVENCIÓN Y TRATAMIENTO DE LA MOROSIDAD EN LAS PYMES

I. DIRIGIDO A:

Este programa está dirigido a pequeños empresarios que deseen mejorar la gestión de cobros de su negocio.

II. OBJETIVO:

EOI ha diseñado este programa orientado a mejorar el control comercial y aminorar el riesgo-cliente por parte del pequeño empresario.

Se pretende que el pequeño empresario sea capaz de identificar las diferentes fases de la actividad comercial y conozca las herramientas que pueden ser aplicadas en cada una de ellas para reducir su riesgo comercial.

III. METODOLOGÍA:

EOI ha desarrollado una metodología que se basa en la formación de carácter práctico y en la atención individualizada y activa a cada uno de los participantes en sus programas, contando con un elemento clave que marca la diferencia respecto de otras metodologías

Este seminario combina sesiones teóricas con tutorías individualizadas, donde cada participante es asesorado por profesores de EOI sobre las posibles aplicaciones de los temas tratados en su negocio.

El seminario tiene una duración de 60 horas, repartidas en dos fases de una semana de duración cada una.

	Primera semana	Segunda semana
Tutorías	22 horas (tutoría previa)	22 horas (tutoría final)
Clases	16 horas	

IV. PROGRAMA:

El Seminario incluye las siguientes materias y duraciones estimadas:

Módulo lectivo:

16 horas

Primera sesión

El riesgo en la actividad comercial

- Concepto de riesgo
- Clases de riesgo

Fases de la actividad comercial

- Políticas comerciales
- Selección del riesgo en la venta
- Análisis del riesgo
- Modelos de clasificación y valoración constante de clientes

Segunda sesión

Instrumentación del riesgo

- Documentación relativa a la venta
- Instrumentos de giro
- Coberturas

Tercera sesión

Movilización de los cobros

- El descuento
- El factoring y el confirming
- Anticipos de exportaciones
- Otros

Cuarta sesión

El seguimiento del pago

El cobro de los impagados

- La L.E.C.
- La suspensión de pagos o quiebra de un cliente

TOTAL HORAS TUTORIAS

44 horas

TOTAL HORAS CURSO

60 horas

20. CURSO CORTO DE TRANSMISIÓN DE EMPRESAS

I. DIRIGIDO A:

Propietarios y/o gestores de empresas susceptibles de querer vender, comprar o transmitir la empresa, en breve o en un futuro y, subsidiariamente, todas aquellas personas interesadas en conocer las técnicas de valoración y de transmisión de empresas. Además, puede resultar de interés para aquellas personas que pretendan incrementar el valor de su empresa, “hacerla más atractiva”.

II. OBJETIVO:

Transmitir a los participantes una idea general de las peculiaridades, dificultades, técnicas y requisitos de una valoración de empresa o actividad económica. Analizar la necesidad de realizar una valoración de la empresa y en el caso de ser vendedor determinar fórmulas para incrementar su valor.

El Curso pretende aportar una visión sencilla y completa de los procesos de valoración y de transmisión de la empresa, desde que se plantea la misma hasta que se realiza, o no, llegando incluso a la fase de integración de la nueva estructura surgida a raíz del proceso.

III. METODOLOGÍA:

Clases presenciales de carácter obligatorio en las que se transmiten una serie de conocimientos básicos y consultorías de apoyo.

La duración de las clases es de **20 horas** distribuidas en cinco días de clases presenciales. Además, se realizarían **tutorías individualizadas y personalizadas** a cada una de las empresas participantes en el Curso, en las tres vertientes del curso.

IV. PROGRAMA:

El Seminario incluye las siguientes materias y duraciones estimadas:

Módulo I: Metodología de valoración y transmisión 12 horas

- De la necesidad de efectuar una Valoración de la Empresa
- Características esenciales de una Valoración de Empresa
- El Diagnóstico de la Empresa Objetivo: Aspectos a analizar
- ¿Cuál es el Valor de una Empresa?
- Aspectos que habituales que suele recoger una Negociación
- Preparación y contenido de un Cuaderno de Venta
- Documentos básicos de una transmisión de empresas
- ¿Cómo mejorar la presentación de la empresa y hacerla más atractiva?
- El proceso posterior a la transmisión de la empresa

Módulo II: Aspectos jurídicos de la transmisión 4 horas

- Transmisión de una empresa individual
- Toma de participación en sociedades mercantiles
- Fusiones y Escisiones
- Las Ofertas Públicas de Transmisión de Empresas. (O.P.A.S.)
- La Adquisición de Empresas mediante Apalancamiento Financiero.

Módulo III: Aspectos fiscales de la transmisión 4 horas

- El objeto de la transmisión.
- Los sujetos de la transmisión.
- El problema de la valoración de la empresa a efectos fiscales y de los activos o títulos transmitidos.
- Efectos fiscales para el transmitente según su naturaleza jurídica.
- Efectos sobre el IRPF. Incrementos de patrimonio.
- Efectos sobre el Impuesto sobre Sociedades.
- Casos especiales.
- Otros aspectos tributarios.
- Alternativas posibles.

TOTAL HORAS LECTIVAS 20 horas

TOTAL HORAS CONSULTORIA 60 horas

TOTAL HORAS CURSO 80 horas

21. CURSO CORTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO PARA PYMES

I. DIRIGIDO A:

Este programa está dirigido a pequeños empresarios que deseen mejorar la gestión de sus negocios a través de la aplicación de nuevas herramientas de información y comunicación.

II. OBJETIVO:

EOI ha diseñado un programa orientado al conocimiento de internet como herramienta de negocio para el pequeño empresario, con el fin de mejorar sus capacidades para competir y asegurar las posibilidades de éxito de su empresa.

Se pretende sensibilizar a la pequeña empresa española sobre los nuevos sistemas de información y comunicación para mantener e incrementar el acceso a los mercados en los que se desenvuelven.

III. METODOLOGÍA:

EOI ha desarrollado una metodología que se basa en la formación de carácter práctico y en la atención individualizada y activa a cada uno de los emprendedores, y cuenta con un elemento clave que marca la diferencia respecto de otras metodologías: los programas no finalizan cuando el emprendedor termina su proyecto, sino que se mantiene un seguimiento continuo para apoyar tanto la puesta en marcha como la consolidación de la empresa.

Este seminario combina sesiones teóricas con tutorías individualizadas, donde cada participante es asesorado por profesores de EOI sobre las posibles aplicaciones de los temas tratados en su negocio.

El seminario tiene una duración de 60 horas, repartidas en dos fases de una semana de duración cada una.

	Primera semana	Segunda semana
Tutorías	22 horas (tutoría previa)	22 horas (tutoría final)
Clases	16 horas	

IV. PROGRAMA:

El Seminario incluye las siguientes materias y duraciones estimadas:

Módulo 1: Introducción a Internet	3 horas
<ul style="list-style-type: none">○ Acceso a la web○ Utilidades○ Navegadores○ Portales○ Buscadores	
Módulo 2: Correo electrónico	1 hora
<ul style="list-style-type: none">○ Características básicas○ Envío y recepción de mensajes○ Creación de carpetas○ Inserción de ficheros	
Módulo 3: Marketing en la web	6 horas
<ul style="list-style-type: none">○ Razones que justifican la presencia en la red○ Características que debe contener una página web○ Estrategias de promoción○ Alojamiento y costes○ Implicaciones y mantenimiento	
Módulo 4: Comercio electrónico	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ Situación actual○ Modelos de e-commerce○ Aspectos legales○ Seguridad○ Logística y distribución○ Recomendaciones clave○ Descripción recinto virtual REDEPYME	
Módulo 5: Medios de pago. Sistemas más frecuentes	2 horas
<ul style="list-style-type: none">○ Servicios y comisiones de entidades financieras	
TOTAL HORAS LECTIVAS	16 horas
TOTAL HORAS TUTORIAS	44 horas
TOTAL HORAS CURSO	60 horas

22. CURSO CORTO DE CONTROL DE GESTIÓN COMERCIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

I. DIRIGIDO A:

Pequeños empresarios que deseen conocer y aplicar en sus negocios, nuevas herramientas de gestión comercial.

II. OBJETIVO:

EOI ha diseñado un programa formativo para ayudar al pequeño empresario a cubrir estas carencias, con el fin de mejorar sus capacidades para competir y asegurar las posibilidades de éxito de su empresa.

Específicamente se pretende:

- Que el pequeño empresario capte ideas sobre las diversas formas de planificación y control de marketing y ventas, que le permitan aprovechar oportunidades de desarrollo y de mejora de su empresa.
- Mentalizar al pequeño empresario sobre la importancia y repercusión de la orientación cliente para su negocio.

III. METODOLOGÍA:

EOI ha desarrollado una metodología que se basa en la formación de carácter práctico y en la atención individualizada y activa a cada uno de los emprendedores, y cuenta con un elemento clave que marca la diferencia respecto de otras metodologías: los programas no finalizan cuando el emprendedor termina su proyecto, sino que se mantiene un seguimiento continuo para apoyar tanto la puesta en marcha como la consolidación de la empresa.

Este seminario combina sesiones teóricas con tutorías individualizadas, donde cada participante es asesorado por profesores de EOI sobre las posibles aplicaciones de los temas tratados en su negocio.

El seminario tiene una duración de 60 horas, repartidas en dos fases de una semana de duración cada una.

	Primera semana	Segunda semana
Tutorías	22 horas (tutoría previa)	22 horas (tutoría final)
Clases	16 horas	

IV. PROGRAMA:

El Seminario incluye las siguientes materias y duraciones estimadas:

Módulo Lectivo	16 horas
<i>Primera sesión</i>	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ La función de control en el proceso de gestión de la empresa.○ Tipos de control en el área de marketing y ventas.○ Los procedimientos de venta.○ Control de gestión de ventas.	
<i>Segunda sesión</i>	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ El control del plan de marketing.○ Rentabilidad comercial.	
<i>Tercera sesión</i>	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ El control de la eficacia comercial.○ Revisión del marketing a largo plazo.○ Guía para el control de la gestión comercial en la pyme.	
<i>Cuarta sesión</i>	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ El cliente, protagonista en la gestión integral y en la calidad.○ La captación y conservación de clientes.○ Marketing relacional y fidelización del cliente.○ La satisfacción del cliente.○ Aplicación del CRM.○ Otras mejoras en la orientación cliente.	
TOTAL HORAS TUTORIAS	44 horas
TOTAL HORAS CURSO	60 horas

23. CURSO CORTO DE FINANZAS PRÁCTICAS PARA PYMES

I. DIRIGIDO A:

Este programa está dirigido a pequeños empresarios que deseen mejorar la gestión de sus negocios.

II. OBJETIVO:

El objetivo general de esta actuación pasa por favorecer la mejora de la gestión de las pequeñas empresas que permita la creación y consolidación de empleo.

Se pretende que el pequeño empresario aprenda a fijar indicadores sencillos que le permitan hacer un seguimiento de la gestión económico-financiera de la empresa, sobre todo, a corto y medio plazo.

III. METODOLOGÍA:

EOI ha desarrollado una metodología que se basa en la formación de carácter práctico y en la atención individualizada y activa a cada uno de los emprendedores, y cuenta con un elemento clave que marca la diferencia respecto de otras metodologías: los programas no finalizan cuando el emprendedor termina su proyecto, sino que se mantiene un seguimiento continuo para apoyar tanto la puesta en marcha como la consolidación de la empresa.

Este seminario combina sesiones teóricas con tutorías individualizadas, donde cada participante es asesorado por profesores de EOI sobre las posibles aplicaciones de los temas tratados en su negocio.

El seminario tiene una duración de 60 horas, repartidas en dos fases de una semana de duración cada una.

	Primera semana	Segunda semana
Tutorías	22 horas (tutoría previa)	22 horas (tutoría final)
Clases	16 horas	

IV. PROGRAMA:

El Seminario incluye las siguientes materias y duraciones estimadas:

Módulo Lectivo	16 horas
<i>Primera sesión</i>	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ La posición económico-financiera: una clave para el diagnóstico○ El modelo de posición económico financiera○ Análisis de las cuentas anuales como medidores de la posición económico financiera○ Los ratios como instrumentos medidores○ Estudio del Cash-Flow○ El crecimiento sostenido en la empresa	
<i>Segunda sesión</i>	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ El presupuesto de tesorería: financiación de déficits y colocación de excedentes○ La gestión de tesorería: el manejo del dinero en la empresa○ El presupuesto de tesorería: instrumento de gestión de liquidez○ El presupuesto de tesorería y la planificación financiera○ Planificación financiera con base en las características de los flujos de fondos○ Decisiones tácticas y estratégicas que se derivan del presupuesto de tesorería	
<i>Tercera sesión</i>	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ Políticas financieras de corto plazo○ Cobertura de las necesidades financieras a corto plazo○ Análisis de las fuentes de financiación a corto plazo○ Nuevos productos financieros al servicio del corto plazo○ Gestión de los excedentes de tesorería: principios básicos○ Instrumentos para la colocación de excedentes de tesorería	
<i>Cuarta sesión</i>	4 horas
<ul style="list-style-type: none">○ Los costes relevantes para la gestión del beneficio en el corto plazo○ Distinción entre gasto y coste○ Tipos de coste○ Determinación del coste del producto○ La generación del beneficio a corto plazo: modelo del umbral de rentabilidad○ Decisiones estratégicas basadas en el control de costes○ Patología de la sobreexpansión	
TOTAL HORAS TUTORÍAS	44 horas
TOTAL HORAS CURSO	60 horas