

Control de Gestión en la empresa

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 50 H

OBJETIVOS

- Conocer la evolución del entorno, la empresa y su gestión.
- Reconocer el control de gestión, su sistema y funciones.
- Reconocer la definición de presupuesto, presupuestar y planificar.
- Diferenciar las etapas del ciclo presupuestario.
- Conocer el análisis de desviaciones y mediante ratios.
- Conocer la organización en los centros de responsabilidad, centros de costes operativos y centro de gastos discrecionales.
- Diferenciar entre los criterios de evaluación, su controlabilidad y congruencia.
- Distinguir entre la auditoría interna y de gestión.
- Saber qué es un cuadro de mando integral y cuáles son sus funciones.
- Construir un cuadro de mando integrando diferentes perspectivas.

CONTENIDOS

UD1. Control de Gestión.

- 1.1. Introducción.
- 1.2. La evolución del entorno.
- 1.3. La empresa y su gestión.
- 1.4. El nacimiento del Control de Gestión.
- 1.5. La noción de Control de Gestión.
- 1.6. Los sistemas de control en una empresa.
- 1.7. Las funciones del control de gestión.
- 1.8. El control de gestión dentro de la organización.
- 1.9. Cuadro Resumen Control de Gestión.

UD2.Presupuestos. Análisis de desviaciones.

2.1. Presupuestos.

- 2.1.1. Presupuestar y planificar.
- 2.1.2. Ciclo presupuestario.
- 2.1.3. Objetivos y conflictos.
- 2.1.4. Componentes del presupuesto maestro.

2.2. Análisis de desviaciones.

- 2.2.1. Técnica básica.
- 2.2.2. Técnicas específicas.
- 2.2.3. Cuadro general de desviaciones.

2.3. Análisis mediante ratios.

UD3. Centros de responsabilidad. Auditorías de gestión.

3.1. Centros de Responsabilidad.

3.2. Criterios de Evaluación.

- 3.2.1. Controlabilidad.
- 3.2.2. Congruencia.

3.3. Centros de Costes Operativos.

3.4. Centro de Gastos Discrecionales.

- 3.4.1. Presupuesto de base cero

3.5. Auditoría Interna y de Gestión.

UD4: Cuadro de mando integral.

4.1. Introducción al cuadro de mando integral

- 4.1.1. Traducir la visión y la estrategia.
- 4.1.2. Comunicar y vincular los objetivos con sus indicadores.
- 4.1.3. Alinear las iniciativas estratégicas.
- 4.1.4. Seguimiento estratégico.

4.2. Construcción del cuadro de mando.

4.3. La perspectiva financiera.

4.4. La perspectiva de cliente.

- 4.4.1. Incremento de clientes.
- 4.4.2. Retención de clientes.
- 4.4.3. Satisfacción del cliente.
- 4.4.4. Rentabilidad del cliente.
- 4.4.5. Valor añadido.

4.5. La perspectiva interna.

- 4.5.1. Proceso de innovación.
- 4.5.2. Proceso operativo.
- 4.5.3. Procesos postventa.

4.6. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento.

- 4.6.1. Capacidades de los empleados.
- 4.6.2. Capacidades del sistema de información.
- 4.6.3. Motivación, delegación y coherencia.