

Curso GESTIÓN DE COOPERATIVAS

MODALIDAD: DISTANCIA

DURACIÓN: 260 HORAS

DIRIGIDO A:

- Socios trabajadores de las Cooperativas, en su vertiente agraria, trabajo asociado, enseñanza y consumidores y usuarios. Socios o asalariados que quieran pasar a ser socios trabajadores de su cooperativa. Emprendedores que quieran abrir una nueva cooperativa.

OBJETIVOS GENERALES:

- Capacitar a los participantes para realizar una gestión eficiente y eficaz de la empresa cooperativa, a fin de cumplir adecuadamente con las exigencias actuales del mercado.

CONTENIDOS:

MÓDULO 1: LAS CLAVES DEL COOPERATIVISMO: VALORES Y DESARROLLO

1. LA COOPERACIÓN.
 - 1.1. Qué es cooperar.
 - 1.2. Conflicto, competencia, cooperación.
 - 1.3. La cooperación económica.
 - 1.4. ¿Por qué cooperar?
2. LA HISTORIA.
 - 2.1. Los precursores.
 - 2.2. Rochdale.
 - 2.3. Después de Rochdale.
 - 2.4. Panorama del cooperativismo mundial.
3. LAS PERSONAS.
 - 3.1. Las personas y los valores.
 - 3.2. Los valores del movimiento cooperativo.
 - 3.3. Las experiencias cooperativas.
 - 3.4. Análisis de la cultura cooperativa. Ideas y valores.
4. LA EMPRESA.
 - 4.1. Qué es una empresa cooperativa: los principios.
 - 4.2. Evolución de los principios cooperativos.
 - 4.3. Taller de principios: definiciones y desarrollo.
 - 4.4. Los principios cooperativos en la práctica.
5. EL FUTURO
 - 5.1. Hoy.
 - 5.2. Mitos.
 - 5.3. Fortalezas.
 - 5.4. Debilidades.
 - 5.5. Retos.
 - 5.6. Razones.
 - 5.7. Futuro
6. LA EXPERIENCIA DE MONDRAGÓN
 - 6.1. Historia de MCC.

GESTIÓN DE COOPERATIVAS




- 6.2. MCC hoy.
- 6.3. Estructura de MCC.
- 6.4. La misión de MCC.
- 6.5. Glosario de MCC.
- 6.6. Objetivos de MCC.
- 6.7. Razones del éxito de MCC.
- 7. EN LA ASAMBLEA.
 - 7.1. En la asamblea.

MÓDULO 2: CÓMO SE GESTIONA UNA EMPRESA COOPERATIVA I

- 1. EL ORDEN COOPERATIVO.
 - 1.1. La cooperación.
 - 1.2. Presupuestos generales.
 - 1.3. Principios generales.
 - 1.4. Régimen económico.
 - 1.5. Régimen jurídico.
- 2. LA EMPRESA COOPERATIVA.
 - 2.1. Qué es una cooperativa.
 - 2.2. Características.
 - 2.3. Principios cooperativos internacionales.
 - 2.4. Objetivos.
 - 2.5. El hecho diferencial
 - 2.6. La gestión social.
 - 2.7. La organización cooperativa.
- 3. EL SOCIO COOPERATIVISTA.
 - 3.1. El socio.
 - 3.2. Aspirantes a socios y admisión.
 - 3.3. Tipos de socios.
 - 3.4. ¿Cuáles son sus derechos y deberes?
 - 3.5. La baja del socio.
- 4. LA ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA COOPERATIVA.
 - 4.1. Estructura organizativa.
 - 4.2. Principio de subsidiaridad.
 - 4.3. Organigrama funcional.
- 5. ÓRGANOS SOCIALES.
 - 5.1. Asamblea General.
 - 5.2. Consejo Rector.
 - 5.3. Comisión de Vigilancia.
 - 5.4. Consejo Social.
- 6. DIRECCIÓN Y GERENCIA
 - 6.1. Consejo de Dirección.
 - 6.2. Gerencia.
 - 6.3. Problemas funcionales.

MÓDULO 3: CÓMO SE GESTIONA UNA EMPRESA COOPERATIVA II

- 1. RÉGIMEN ECONÓMICO
 - 1.1. El capital social.

- 
- 1.2. Variaciones en el capital social.
 - 1.3. La aportación inicial.
 - 1.4. El capital del socio.
 - 1.5. Distribución de excedentes.
 2. LA CULTURA DE LA COOPERATIVA
 - 2.1. Introducción.
 - 2.2. Perfil cultural.
 - 2.3. Difusión y aceptación de la cultura.
 3. LA GESTIÓN EN LA EMPRESA COOPERATIVA
 - 3.1. Definición.
 - 3.2. Objetivos.
 - 3.3. Funciones.
 - 3.4. Problemas actuales.
 - 3.5. Sistemas de gestión.
 - 3.6. Directivos-líderes.
 4. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.
 - 4.1. Qué es la planificación estratégica.
 - 4.2. La planificación en la empresa cooperativa.
 - 4.3. Agentes de la planificación.
 - 4.4. El Plan de Gestión.
 5. PLANES DE MEJORA.
 - 5.1. Principios orientadores.
 - 5.2. Diagnóstico previo.
 - 5.3. Áreas de mejora.
 - 5.4. Modelo FQM.

MÓDULO 4: GESTIÓN ECONÓMICA COOPERATIVA

1. CICLO ECONÓMICO DE UNA EMPRESA.
 - 1.1. Introducción.
 - 1.2. Primeros pasos con números.
 - 1.3. Contemplando nuevas variables.
 - 1.4. La importancia de los beneficios.
2. EL BALANCE.
 - 2.1. Recursos propios - Recursos ajenos.
 - 2.2. Activo = Pasivo. La igualdad patrimonial.
 - 2.3. Identificación de cuentas.
 - 2.4. La confección del balance.
3. LA CUENTA DE RESULTADOS.
 - 3.1. Identificación de gastos e ingresos.
 - 3.2. Cálculos de resultados.
 - 3.3. La relación entre Activo, Pasivo y Cuenta de Resultados.
4. EQUILIBRIOS FINANCIEROS Y PATRIMONIALES.
 - 4.1. Balance financieramente equilibrado.
 - 4.2. Solucionando problemas de equilibrio.
 - 4.3. Calculando rentabilidades.
 - 4.4. Rentabilidad y endeudamiento.

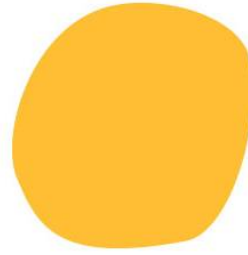
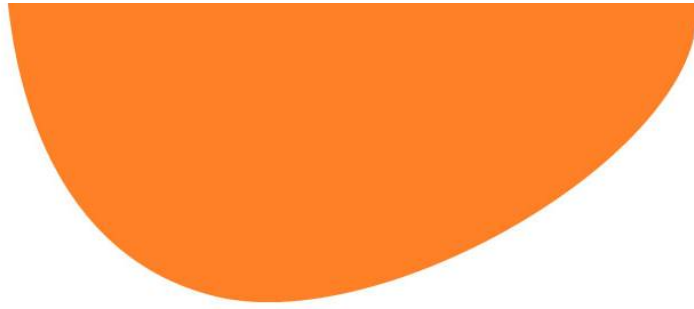


MÓDULO 5: PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN DE GESTIÓN ANUAL COOPERATIVOS

1. INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN.
 - 1.1. Qué es la estrategia.
 - 1.2. Principios y objetivos de la planificación.
 - 1.3. Errores.
 - 1.4. El ciclo PDCA de la planificación.
2. EL PLAN ESTRATÉGICO.
 - 2.1. El Plan Estratégico.
 - 2.2. Fase I: Identificación del negocio.
 - 2.3. Fase II: Análisis del entorno.
 - 2.4. Fase III: Análisis de la situación interna.
 - 2.5. Fase IV: Determinación de la situación competitiva.
 - 2.6. Fase V: Análisis de las sinergias.
 - 2.7. Fase VI: Modelo de nuevo negocio.
 - 2.8. Fase VII: Objetivos y estrategias.
3. EL PLAN DE GESTIÓN.
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. Fase I: Evaluación anual.
 - 3.3. Fase II: Directrices y objetivos generales.
 - 3.4. Fase III: Objetivos por área.
 - 3.5. Fase IV: Planes de actuación.
 - 3.6. Fase V: Elaboración de presupuestos.
 - 3.7. Fase VI: Control de gestión.

MÓDULO 6: PLAN DE MARKETING Y MARKETING ESTRATÉGICO

1. ¿QUÉ ES EL MARKETING?
 - 1.1. Definición de Marketing.
 - 1.2. Necesidades, Deseos, Demandas.
 - 1.3. Productos.
 - 1.4. Valor, Coste, Satisfacción.
 - 1.5. Intercambio, Transacciones, Relaciones.
 - 1.6. Mercados.
 - 1.7. Marketing, ¿para qué?
2. LA GESTIÓN DEL MARKETING.
 - 2.1. Orientaciones del Marketing hacia el mercado.
 - 2.2. De la táctica a la estrategia.
 - 2.3. Marketing Estratégico y Plan de Marketing.
3. MARKETING ESTRATÉGICO.
 - 3.1. Fase 1: La misión.
 - 3.2. Fase 2: Fuerzas que intervienen en el mercado.
 - 3.3. Fase 3: Actores del entorno.
 - 3.4. Fase 4: Análisis de los mercados.
 - 3.5. Fase 5: La diferenciación de la oferta.
 - 3.6. Fase 6: La estrategia de posicionamiento.
4. PLAN DE MARKETING.
 - 4.1. Características del Plan de Marketing: Introducción.
 - 4.2. Fase 1: Resumen Ejecutivo.
 - 4.3. Fase 2: Análisis y diagnóstico de la situación.



- 4.4. Fase 3: Decisiones estratégicas de Marketing.
- 4.5. Fase 4: Presupuesto.
- 4.6. Fase 5: Plan de acciones y control.