

1. Cuentas anuales y viabilidad de la empresa:

- a. Características de la contabilidad.
- b. Obligación de elaboración de cuentas anuales y depósito en el Registro Mercantil:ⁱ
 - i. Las sociedades, en el plazo de tres meses contados a partir del cierre del ejercicio. Si no depositan cuentas, se les cierra el Registro Mercantil y no podrán realizar ninguna otra inscripción.
 - ii. Empresarios individuales: están obligados a llevar una contabilidad ordenada, pero su inscripción como empresarios en el RM es potestativa, por lo que el depósito de las cuentas anuales, también.
 - iii. Empresarios de Responsabilidad Limitada: su inscripción en el RM y el depósito de las cuentas son obligatorios; si no se depositan las cuentas anuales, se pierde el beneficio de la responsabilidad limitada.
- c. Las cuentas anuales: algunos documentos:
 - i. El Balance:
 - 1. Estructura del balance (activo corriente y no corriente, pasivo corriente y no corriente. Reservasⁱⁱ) Información que proporciona y que no proporciona.
 - ii. La cuenta de pérdidas y ganancias: estructura. Información que proporciona y que no proporciona.
- d. Otros conceptos: cuenta de tesorería. ROE y ROA. Amortización y provisionesⁱⁱⁱ.

2. La empresa y las necesidades de financiación.

- a. Financiación interna o autofinanciación.
 - i. Financiación de mantenimiento
 - ii. Financiación de enriquecimiento
- b. Financiación externa a corto plazo.
 - i. Crédito comercial con proveedores.
 - ii. Descuento de letras de cambio
 - iii. Préstamos y créditos bancarios. Diferencia entre préstamo y crédito.
- c. Financiación externa a largo plazo
 - i. Préstamos a largo plazo.
 - ii. Ampliaciones de capital
 - iii. Empréstitos
 - iv. Arrendamiento financiero:
 - 1. Leasing.
 - 2. Renting.
 - v. Ayudas y subvenciones.
- d. Financiaciones alternativas.
 - i. Business angels
 - ii. Crowdfunding
- e. Otros contratos de interés: factoring, confirming, seguro de crédito.

3. Marketing.

- a. Concepto.
- b. Mercado
- c. Segmentación de mercados: tipos y ventajas.
- d. Posicionamiento: posicionamiento precio/calidad.
- e. Marketing mix
 - i. Producto: niveles y ciclo de vida.
 - ii. Precio: fijación de precios. En especial, con referencia a la competencia.
 - iii. Distribución
 - iv. Comunicación.

ⁱ Ver la nueva presentación del tema 6, página 8.

ⁱⁱ También explicado en tema 6.

ⁱⁱⁱ También explicado en tema 6.