INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Innovación y Emprendimiento + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster en Innovación y Emprendimiento + Titulación Universitaria

duración total: 1.500 horas ***horas teleformación:*** 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Durante los últimos años hemos asistido a profundos cambios tecnológicos, sociales y políticos que han modificado el entorno en el que nos desenvolvemos. Se han producido avances en todas las disciplinas, y estos cambios han introducido nuevos paradigmas que han derivado en nuevos modelos de negocio y nuevas formas de administrar y gestionar las organizaciones.
La repercusión de este cambio es cada vez más visible y nos afecta como profesionales. Ante esta situación, debemos reaccionar y tomar decisiones que se anticipen a las nuevas necesidades de las organizaciones.
La innovación es el principal vehículo para crear ventajas competitivas sostenibles que permitan diferenciarte. La innovación se convierte en un proceso fundamental para alcanzar la competitividad. Los esfuerzos por mejorar haciendo lo mismo de siempre han alcanzado su límite, y ya no son suficientes.

+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Desarrollar habilidades emprendedoras de liderazgo y dirección, que refuercen la confianza personal y reduzcan la aversión al riesgo.
- Fomentar la habilidad para obtener y gestionar los recursos necesarios para comercializar distintas oportunidades.
- Proporcionar herramientas para identificar, desarrollar y crear oportunidades de mercado a través de la creatividad y la innovación.
- Capacitar para liderar de forma eficiente la creación de nuevas empresas y/o nuevos negocios dentro de empresas existentes.
- Proporcionar las competencias básicas para llevar a cabo nuevas iniciativas empresariales y poner en marcha con expectativas de éxito proyectos innovadores en empresas.
- Capacitar para trabajar en equipos autogestionados, contribuyendo así a la sociedad del conocimiento cuya clave de competitividad sea la innovación.

para qué te prepara

Se ha diseñado con el fin de prepararte para el liderazgo y la gestión de la innovación en todos sus ámbitos, para buscar y desarrollar nuevos proyectos con un alto potencial de crecimiento. Proporcionará a los estudiantes una visión estratégica sobre el proceso de innovación, fomentando el desarrollo de habilidades y competencias directivas, a través de la profundización en las técnicas aplicables para la maximización de resultados en las distintas áreas funcionales de la organización. Ayudará a solucionar las necesidades de tus clientes en un mundo en constante cambio. Es esencial para la supervivencia de una empresa desarrollar una actividad emprendedora en el seno de una organización para reformular el modelo de negocio.

salidas laborales

Asesoramiento en Innovación, investigación relacionada con el emprendimiento y el liderazgo innovador, agentes de desarrollo local o agentes potenciadores del emprendimiento, gerentes, promotor de nuevos negocios, gestor de innovación y el cambio, líder en gestión de equipos, gestor de departamentos de I+D, dinamizador de la innovación en organizaciones, responsable de nuevas líneas de negocio, nuevas divisiones o spin-off en empresas existentes, promotor de creación de nuevas empresas, consultor de creación de empresas y procesos de innovación.

+ Información Gratis

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La direccion General

MARIA MORENO HIDALGO

Sello

Firma del alumno/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Investigación de Marketing y Estudios de Mercado'
- Manual teórico 'Marketing Mobile y Publicidad'
- Manual teórico 'Contabilidad Financiera Vol II'
- Manual teórico 'Creación de Empresas'
- Manual teórico 'Fiscalidad para Autonomos y Pymes'
- Manual teórico 'Know-How, Propiedad Intelectual e Industrial en un Mercado Digital Global'
- Manual teórico 'Contabilidad Financiera Vol I'
- Manual teórico 'Derecho Mercantil'
- Manual teórico 'Dirección Estratégica de la Empresa, Técnicas de Gestión y Organización empresarial, Ma
- Manual teórico 'Liderazgo Empresarial, Coaching y Dirección de Equipos de Trabajo'

+ Información Gratis

Cuaderno
de Ejercicios
Manual
de Alumno
INESEM
FORMACIÓN
CONTINUA.EU

profesorado y servicio de tutorías

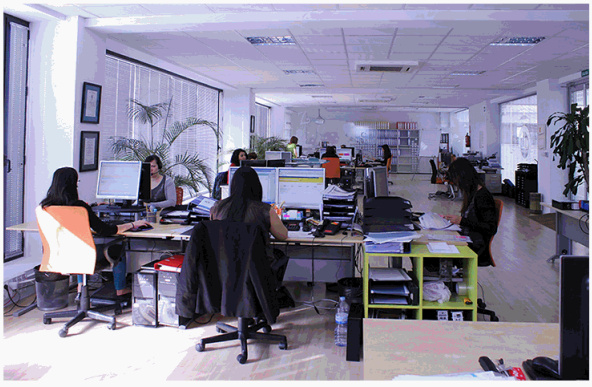
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

+ Información Gratis

programa formativo

MÓDULO 1. MARKETING MOBILE Y PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING MOBILE

1.Introducción al marketing mobile
2.Definición de Mobile Marketing
3.Historial del Mobile Marketing
4.Las nuevas tendencias y patrones de comportamiento en los consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBJETIVOS Y SEGUIMIENTO DEL MARKETING MOBILE

1.Introducción: Acceso a la telefonía móvil
2.Edad y género como variables en marketing mobile
3.Ingresos del destinatario como variable
4.Estudiar los objetivos del Mobile Marketing: perfiles de usuario, objetivos demográficos, dispositivos y operadores
5.Siguiendo y análisis de campañas: seguimiento de mensajes y analítica web

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ADAPTAR LA ANALÍTICA WEB TRADICIONAL AL MÓVIL

1.Analítica web tradicional y analítica móvil: Google Analytics, Omniture, Web Trends y comScore
2.Seguimiento de los eMails en el móvil
3.Seguimiento de aplicaciones: Flurry, Google Analytics, Omniture y Web Trends
4.Seguimiento offline, de mensajes de texto y de llamadas
5.Seguimiento de la lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ERA DE LOS SMARTPHONES

1.Introducción: los teléfonos inteligentes o Smartphone
2.Symbian
3.Windows Phone
4.iPhone OS
5.Android

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD MÓVIL

1.Diferentes tipos de publicidad móvil
2.Publicidad on-Deck VS Publicidad off-Deck
3.Crear campañas publicitarias móviles: Creatividad, Diseño, Orientación de la campaña y Evaluación del éxito
4.Ejemplos prácticos de publicidad móvil
5.Redes móviles de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING Y PROMOCIONES MÓVILES BASADAS EN LA LOCALIZACIÓN

1.Introducción a las promociones móviles
2.¿Qué productos son adecuados para los cupones móviles? Objetivos y expectivas
3.Marketing basado en la localización y en proximidad digital

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIONES PARA MÓVIL: REFORZAR LA IMAGEN DE MARCA

1.Juegos para móvil
2.Aplicaciones móviles de servicios públicos
3.¿Dónde obtener aplicaciones?
4.Desarrollando mi aplicación
5.Promocionando nuestra aplicación
6.Otros puntos a tener en cuenta

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DESARROLLO DE SITIOS WEB PARA MÓVILES

1.Introducción: estilo, diseño y contenido web para el móvil
2.Mobile Web y WAP
3.Dominios dotMobi
4.Organización y Arquitectura de un sitio móvil
5.Revisión de la cabecera HTTP
6.Revisión del Código Móvil

+ Información Gratis

7.Tamaño de las páginas
8.Qué se puede esperar de sus imágenes
9.Adaptar las tipos de fuente para móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 9. OPTIMIZACIÓN DE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA MÓVIL

1.¿Cómo funciona la optimización de motores de búsqueda móvil?
2.Mejores prácticas para móvil SEO básico
3.¿En qué búsquedas debemos posicionar nuestro sitio web?
4.Descubrir cómo se posicionan nuestras palabras clave
5.Seguimiento del SEO móvil y nuestras palabras clave
6.Prácticas avanzadas de SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. INTEGRANDO EL MARKETING MÓVIL CON EL MARKETING ONLINE Y OFFLINE

1.Unificar los mensajes con varias comunicaciones
2.Integración móvil con el marketing offline
3.Integración móvil con el Marketing Online

UNIDAD DIDÁCTICA 11. E-COMERCIO MÓVIL

1.Introducción: comercio móvil y seguridad
2.Micropagos
3.Macropagos
4.La banca Móvil
5.Seguridad y otras cuestiones

MÓDULO 2. CREACIÓN DE EMPRESAS: EMPRENDEDORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1.Evaluación del potencial emprendedor
    1.- Conocimientos
    2.- Destrezas
    3.- Actitudes
    4.- Intereses y motivaciones
2.Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa
    1.- Variables comerciales y de marketing
    2.- Variables propias
    3.- Variables de la competencia
3.Empoderamiento
    1.- Desarrollo de capacidades personales para el aprendizaje
    2.- La red personal y social

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE EMPRESA

1.Identificación de oportunidades e ideas de negocio
    1.- Necesidades y tendencias
    2.- Fuentes de búsqueda
    3.- La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades
    4.- Técnicas de creatividad en la generación de ideas
    5.- Los mapas mentales
    6.- Técnica de Edward de Bono (seis sombreros)
    7.- El pensamiento irradiante
2.Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
3.Análisis del entorno de la empresa
    1.- Elección de las fuentes de información
    2.- La segmentación del mercado
    3.- La descentralización productiva como estrategia de racionalización
    4.- La externalización de servicios: “Outsourcing”
    5.- Clientes potenciales
    6.- Canales de distribución

+ Información Gratis

7.- Proveedores
8.- Competencia
9.- Barreras de entrada

4.Análisis de decisiones previas
1.- Objetivos y metas
2.- Misión del negocio
3.- Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros

5.Plan de acción
1.- Previsión de necesidades de inversión
2.- La diferenciación el producto
3.- Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles
4.- Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos
5.- Ejercicio Resuelto: Pasos necesarios para un Plan de Acción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EMPRESAS

1.Planificación y marketing
1.- Fundamentos de marketing
2.- Variables del marketing-mix

2.Determinación de la cartera de productos
1.- Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsibles
2.- Atributos comerciales: la marca, el envase y el embalaje
3.- Sistemas de producción
4.- Ciclo de vida del producto

3.Gestión estratégica de precios
1.- Objetivos de la política de precios del producto o servicio
2.- Estrategias y métodos para la fijación de precios

4.Canales de comercialización
1.- Formas comerciales con establecimiento y contacto personal
2.- Formas comerciales con establecimiento y contacto a distancia
3.- Formas comerciales sin establecimiento y con contacto personal
4.- Formas comerciales sin establecimiento y sin contacto personal

5.Comunicación e imagen de negocio
1.- Público objetivo y diferenciación del producto
2.- Entorno competitivo y misión de la empresa
3.- Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto
4.- Coordinación y control de la campaña publicitaria
5.- Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio
6.- Elección del tipo de soporte

6.Estrategias de fidelización y gestión de clientes
1.- Los clientes y su satisfacción
2.- Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia
3.- Medición del grado de satisfacción del cliente
4.- El perfil del cliente satisfecho

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EMPRESAS

1.Características y funciones de los presupuestos
1.- De inversiones
2.- Operativo
3.- De ventas
4.- De compras y aprovisionamiento

2.El presupuesto financiero

+ Información Gratis

1.- Principales fuentes de financiación
2.- Criterios de selección
3.Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
1.- Significado, interpretación y elaboración de estados financieros previsionales y reales
4.Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
1.- Activo
2.- Pasivo
3.- Patrimonio Neto
4.- Circulante
5.- Inmovilizado
5.Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales
1.- Balance
2.- Cuenta de Pérdidas y Ganancias
3.- Tesorería
4.- Patrimonio Neto
6.Memoria
7.Ejercicio Resuelto. Cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio Neto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN UNA EMPRESA

1.Componentes básicos de una empresa: Recursos Materiales y Humanos
1.- Recursos materiales: instalaciones, materias primas, otros
2.- Recursos humanos: perfiles profesionales
2.Sistemas: planificación, organización, información y control
3.Recursos económicos propios y ajenos
1.- Recursos económicos propios
2.- Recursos económicos ajenos
4.Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa
1.- Identificación de procesos estratégicos, clave y de soporte
2.- Construcción del mapa de procesos
3.- Asignación de procesos clave a sus responsables
4.- Desarrollo de instrucciones de trabajo de los procesos
5.- La automatización y sistematización de procesos
6.- La utilización de recursos propios frente a la externalización de procesos y servicios
7.- Relación coste/eficiencia de la externalización de procesos
5.La estructura organizativa de la empresa
1.- La división funcional
2.- Diferencia entre funciones, responsabilidades y tareas
3.- El organigrama como estructura gráfica de la empresa
6.Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa
7.Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
1.- Ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de adquisición de tecnología y sistemas
2.- Factores a tener en cuenta en la selección del proveedor
8.Control de gestión de la empresa
9.Identificación de áreas críticas
1.- El Cuadro de Mandos Integral-CMI (Balanced Socrecard-BSC, de Kaplan y Norton)
2.- Indicadores básicos de control en pequeños negocios o microempresas
3.- La implementación de medidas de ajuste

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O EMPRESA

1.Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
1.- Cálculo e interpretación de ratios
2.Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa
1.- Equilibrio total
2.- Equilibrio normal o estabilidad financiera

+ Información Gratis

3.- Situación de insolvencia
4.- Punto de equilibrio financiero
3.Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR
1.- El Valor Actual Neto (VAN)
2.- Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)
3.- Interpretación y cálculo
4.Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero
1.- La hoja de cálculo, aplicada a los presupuestos y estados financieros previsionales
5.Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE UNA EMPRESA

1.Clasificación de las empresas
1.- Por su finalidad
2.- Por su actividad
3.- Por su tamaño
4.- Por su ámbito territorial
5.- Por la naturaleza de su capital
2.Tipos de sociedades mercantiles más comunes en empresas
1.- Empresario individual
2.- Sociedades mercantiles
3.La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social
1.- Sociedad Unipersonal
2.- Sociedad Anónima
3.- Sociedad de Responsabilidad Limitada
4.- Sociedad Laboral
5.- Sociedad Colectiva
6.- Sociedad Comanditaria
7.- Sociedades Cooperativas
4.La elección de la forma jurídica de la empresa
1.- Ventajas e inconvenientes de cada forma
5.Ejercicio Resuelto: Obligaciones contables y fiscales de las Empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

1.Finalidad del Plan de Negocio
1.- Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial
2.- Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto
3.- Identificación de barreras de entrada y salida
2.Previsión y planificación económica
1.- Definición de una estrategia viable
3.La búsqueda de financiación
1.- Materialización de la idea de negocio en una realidad
4.Presentación del plan de negocio y sus fases
1.- Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategias comercialización
2.- Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio
3.- Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigibl
4.- Análisis de los ingresos y gastos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible
5.- Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio
5.Instrumentos de edición y presentación de la información
1.- Aspectos formales del documento
2.- Elección del tipo de soporte de la información
6.Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros
1.- Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa
2.- Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio

+ Información Gratis

7.Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UNA EMPRESA

1.Trámites de constitución según la forma jurídica
- 1.- El profesional autónomo
- 2.- La sociedad unipersonal
- 3.- La sociedad civil
- 4.- La comunidad de bienes
- 5.- Las sociedades mercantiles
- 6.- Sociedades Laborales
- 7.- La Sociedad Cooperativa

2.La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores
- 1.- Trámites según régimen aplicable

3.Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas

4.Los registros de propiedad y sus funciones
- 1.- La organización del registro
- 2.- Procedimiento registral

5.Los seguros de responsabilidad civil en empresas

6.Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE

MÓDULO 3. DERECHO MERCANTIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS SOCIEDADES MERCANTILES

1.Concepto y características de las sociedades mercantiles

2.El Empresario individual

3.Normas reguladoras del Derecho Mercantil

4.Clases de Sociedades por su objeto social
- 1.- Sociedad civil
- 2.- Sociedad Mercantil

5.Contrato de Sociedad mercantil

6.Constitución de la Sociedad

7.Personalidad jurídica

8.Nulidad de sociedades

9.Nacionalidad de las sociedades

10.Establecimientos mercantiles

11.Aspectos fiscales y laborales de las sociedades mercantiles

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

1.Aproximación a las Sociedades de responsabilidad limitada

2.Requisitos de constitución

3.PARTICIPACIONES SOCIALES

4.Órganos sociales: Junta y Administradores

5.Cuentas anuales

6.Modificaciones sociales

7.Modificaciones estructurales

8.Separación y exclusión de socios

9.Disolución, liquidación y extinción de la Sociedad

10.Sociedad unipersonal (SLU)

11.Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE)

12.Ejercicio resuelto: Sociedad de responsabilidad limitada

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS

1.Concepto y caracteres de las SA

2.Denominación

3.Capital social

+ Información Gratis

4.Domicilio y nacionalidad
5.Página Web
6.Constitución de la Sociedad
7.Fundación
8.Acciones
9.Acciones propias
10.Obligaciones
11.Aumento de capital social
1.- Tratamiento de la prima de emisión y el derecho de suscripción preferente
2.- Procedimientos de ampliación de capital
12.Reducción de capital social
1.- Tipos de reducción de capital
13.Operación acordeón
14.Modificación de estatutos
15.Cuentas anuales
16.Órganos sociales: Junta General
17.Órganos de administración
18.Disolución
19.Liquidación y extinción
20.Sociedad unipersonal (SAU)
21.Sociedad Anónima Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIEDADES ESPECIALES

1.Sociedad colectiva
2.Sociedad comanditaria simple o comanditaria por acciones
3.Comunidad de bienes
4.Sociedad civil
5.Agrupaciones de interés económico
6.Uniones temporales de empresas (UTE)
7.Instituciones de inversión colectiva y entidades de capital riesgo
1.- Instituciones de inversión colectiva
2.- Entidades de capital riesgo
8.Sociedades laborales
9.Fundaciones
10.Sociedades profesionales
11.Cooperativas
12.Sociedades Anónimas Deportivas
13.Otras
1.- Asociación de cuentas en participación
2.- Entidades de dinero electrónico
3.- Empresas de servicios de inversión
4.- Sociedades de garantía recíproca
5.- Sociedades anónimas cotizadas de inversión en el mercado inmobiliario
6.- Sociedades agrarias de transformación
14.Emprendedores
1.- Emprendedor de responsabilidad limitada
2.- Sociedad limitada de formación sucesiva
3.- Incentivos en materia fiscal y laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGISTRO MERCANTIL

1.Aproximación al Registro Mercantil
2.Organización y funciones
1.- Organización
2.- Funciones

+ Información Gratis

3.Principios de funcionamiento del Registro Mercantil
4.Registro mercantil territorial y central

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHO CONCURSAL

1.Declaración de Concurso
2.Legitimación para la declaración de Concurso
3.Solicitud de concurso
1.- Concurso voluntario
2.- Concurso necesario
4.Competencia judicial para conocer los concursos
5.Auto de declaración de concurso
6.Acumulación de concursos
7.Administración concursal
1.- Características de la administración concursal
2.- Composición de la administración concursal
3.- Nombramiento y aceptación de la administración concursal
4.- Ejercicio de la administración concursal
5.- Responsabilidad de los administración concursal
6.- Informe de la administración concursal
8.Efectos de la declaración de concurso sobre el deudor persona física
9.Efectos de la declaración de concurso sobre el deudor persona jurídica
10.Efectos de la declaración de concurso sobre los acreedores
11.Masa activa
12.Masa pasiva
13.Convenio concursal
14.Junta de acreedores
15.Aprobación judicial del convenio
16.Liquidación y pago a los acreedores

MÓDULO 4. FISCALIDAD PARA AUTONOMOS Y PYMES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA FISCALIDAD DE AUTÓNOMOS Y PYMES

1.Conceptos: empresario individual y Pyme
1.- Concepto de empresario individual o autónomo
2.- Concepto de Pequeña y Mediana Empresa
2.Características principales de un autónomo y una Pyme
3.La tributación en autónomos y Pymes. Aproximación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBLIGACIONES DE INICIO DE ACTIVIDAD DE UN AUTÓNOMO Y UNA PYME

1.Pasos para iniciar una actividad como autónomo
2.Pasos para iniciar una actividad como Pyme

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RENDIMIENTOS DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL IRPF. MÉTODO DE ESTIMACIÓN DIRECTA

1.Concepto y ámbito de aplicación del método de estimación directa
2.Determinación del rendimiento neto
1.- Ingresos íntegros computables
2.- Gastos fiscalmente deducibles
3.- Amortizaciones: dotaciones del ejercicio fiscalmente deducibles
3.Incentivos fiscales aplicables a empresas de reducida dimensión
1.- Libertad de amortización para inversiones generadoras de empleo
2.- Libertad de amortización para inversiones de escaso valor
3.- Amortización acelerada de elementos nuevos del inmovilizado material y de las inversiones inmobiliarias y de inmovilizado intangible
4.- Pérdidas por deterioro de créditos por posibles insolvencias de deudores
5.- Amortización acelerada de elementos patrimoniales objeto de reinversión

+ Información Gratis

4.Determinación del rendimiento neto reducido
1.- Rendimientos con período de generación superior a dos años u obtenidos de forma notoriamente irregular
5.Determinación del rendimiento neto reducido total
6.Tratamiento de las ganancias o pérdidas patrimoniales derivadas de elementos afectos al ejercicio de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RENDIMIENTOS DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN ESTIMACIÓN OBJETIVA EN EL IRPF (I). ACTIVIDADES DISTINTAS DE LAS AGRÍCOLAS, GANADERAS Y FORESTALES

1.concepto y ámbito de aplicación
1.- Actividades económicas desarrolladas directamente por personas físicas
2.- Actividades económicas desarrolladas a través de entidades en régimen de atribución de rentas
3.- Reglas de cómputo de la magnitud máxima de exclusión
2.Determinación del rendimiento neto reducido de la actividad
3.Determinación del rendimiento neto reducido total

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RENDIMIENTO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN ESTIMACIÓN OBJETIVA EN EL IRPF(II). ACTIVIDADES AGRÍCOLAS, GANADERAS Y FORESTALES

1.Concepto y ámbito de aplicación
1.- Actividades económicas desarrolladas directamente por personas físicas
2.- Actividades económicas desarrolladas a través de entidades en régimen de atribución de rentas
2.Actividades agrícolas, ganaderas, forestales y de transformación de productos naturales a las que resulta aplicabl el método de estimación objetiva
3.Determinación del rendimiento neto
1.- Fase 1ª: determinación del rendimiento neto previo
2.- Fase 2ª. Determinación del rendimiento neto minorado
3.- Fase 3ª: determinación del rendimiento neto de módulos
4.- Fase 4ª: determinación del rendimiento neto de la actividad
5.- Fase 5ª: determinación del rendimiento neto reducido de la actividad
4.Determinación del rendimiento neto reducido total

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1.Naturaleza y ámbito de aplicación del Impuesto sobre Sociedades
2.Hecho imponible
3.Sujeto pasivo
4.Base imponible
5.Período impositivo y devengo del Impuesto sobre Sociedades
6.Tipo impositivo
7.Bonificaciones y deducciones
8.Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
9.Régimen especial de las fusiones y escisiones
10.Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
11.Otros regímenes especiales
12.Gestión del Impuesto sobre Sociedades

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRIBUTACIÓN EN EL IMPUESTO SOBRE VALOR AÑADIDO (IVA) DE PYMES Y AUTÓNOMOS

1.Introducción al Impuesto sobre el Valor Añadido. Régimen general y regímenes especiales
2.Régimen especial simplificado
3.Régimen del recargo de equivalencia
4.Otros regímenes aplicables a Pymes y Autónomos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. OTRAS OBLIGACIONES Y TRIBUTOS

1.Introducción a las obligaciones de los Autónomos y Pymes
2.Obligaciones contables y registrales para Autónomos y Pymes
3.Obligaciones de facturación para Autónomos y Pymes
4.Otras obligaciones y tributos para Autónomos y Pymes

+ Información Gratis

1.- Obligación de retener
2.- Otros tributos y obligaciones

MÓDULO 5. CONTABILIDAD FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD

1.Introducción a la contabilidad
2.Conceptos de contabilidad y patrimonio de la empresa
1.- Definiciones
2.- Objetivos de la contabilidad
3.- División de la contabilidad
4.- Planificación y normalización contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REGISTRO DE OPERACIONES CONTABLES

1.Introducción al registro de operaciones contables
2.Elementos patrimoniales: bienes, derechos y obligaciones
3.Cuentas y Grupos en el Plan General Contable (PGC)
4.Estructura económico-financiera del balance: Activo, Pasivo y Neto
5.Registro de operaciones. Teoría del cargo y abono
1.- Libro Mayor
2.- Teorías de cargo y abono
3.- Video tutorial: Teoría del Cargo y del Abono
4.- El libro Diario
5.- Video Tutorial: El Libro Diario
6.- Terminología de cuentas
7.- El balance de comprobación de sumas y saldos
8.- Videotutorial resolución supuesto práctico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CICLO CONTABLE

1.Observaciones previas al estudio del ciclo contable
2.Variaciones de neto: reflejo contable e ingresos y gastos
1.- Concepto
2.- Reflejo contable de las variaciones de neto
3.- Contabilidad de ingresos y gastos
4.- Videotutorial: Variaciones de neto
3.El ciclo contable y sus fases: apertura de la contabilidad, registro de operaciones y cálculo del resultado
1.- Introducción
2.- Apertura de la contabilidad
3.- Registro de las operaciones del ejercicio
4.- Cálculo del resultado. Asiento de regularización
5.- Cierre de la contabilidad. Asiento de cierre
6.- Videotutorial: Resolución supuesto práctico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUENTAS DE TESORERÍA. EFECTIVO

1.Cuentas de tesorería: introducción
2.Contenidos del subgrupo 57 del Plan General Contable
3.Contabilidad de los descubiertos
4.Arqueo de caja

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DE LAS EXISTENCIAS

1.Concepto: Grupo 3 del PGC
2.Clasificación de las existencias
3.Registro contable
1.- Método Administrativo (o Permanencia de Inventario)
2.- Método Especulativo
3.- Videotutorial: método Administrativo-especulativo
4.Valoración de existencias

+ Información Gratis

1.- Precio de adquisición
2.- Coste de producción
5.Estudio de los Subgrupos (60) Compras y (70) Ventas, del Plan General Contable
1.- Cuentas relacionadas con las compras
2.- Compras relacionadas con las ventas
3.- Video tutorial: Tratamiento contable de los transportes
4.- Método de asignación de valor
6.El IVA en las operaciones de existencias
1.- En las compras
2.- En las ventas
3.- Video tutorial: Liquidación del IVA
7.Envases y embalajes
8.Correcciones valorativas
1.- Introducción
2.- Correcciones de valor de las existencias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROVEEDORES, CLIENTES, DEUDORES Y ACREEDORES POR OPERACIONES DE TRÁFICO

1.Introducción a las operaciones de tráfico
2.Definición y contenido del Grupo 4, del PGC
3.Contabilidad de los albaranes
1.- En las compras
2.- En las ventas
4.Contabilidad de los anticipos
1.- En las compras
2.- En las ventas
5.Correcciones valorativas
6.Provisión para operaciones de tráfico
1.- Sistema individualizado y sistema global
2.- Video tutorial: Problemática contable de las insolvencias

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EFECTOS COMERCIALES

1.La Letra de cambio. Conceptos básicos
2.Registro contable
1.- Contabilidad de los efectos a pagar
2.- Contabilidad de los efectos a cobrar
3.Efectos en cartera
4.Descuento o negociación de efectos
5.Gestión de cobro
6.Efectos impagados
7.El endoso de efectos
1.- Desde el punto de vista de la empresa que endosa la letra
2.- Desde el punto de vista de la empresa que recibe la letra

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUENTAS DE PERSONAL

1.Introducción: cuentas relacionadas con el personal de la empresa
2.El subgrupo 64 del Plan General Contable
3.El subgrupo 46 del Plan General Contable
4.El subgrupo 47 del Plan General Contable
5.Créditos al personal
1.- Asiento de nómina
2.- Video tutorial: Contabilidad de una nómina
3.- Contabilidad de las retenciones

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INMOVILIZADO MATERIAL

+ Información Gratis

1.Introducción: aproximación al inmovilizado
2.Clasificación del Inmovilizado Material. Cuadro de cuentas
1.- Video tutorial: clasificación del inmovilizado material
3.Valoración inicial del Inmovilizado Material
1.- Inmovilizado en curso
2.- Precio de adqusición (Adquisición onerosa)
3.- Video tutorial: desmantelamiento y rehabilitación de inmovilizado
4.- Coste de producción (fabricación por la propia empresa)
5.- Video tutorial: capitalización de gastos financieros
6.- Permuta de Inmovilizado
7.- Aportaciones no dinerarias
4.Aumento del rendimiento, vida útil o capacidad productiva
5.Valoración posterior: la amortización
1.- Concepto básico. Reflejo de la imagen fiel
2.- La amortización como forma de ahorro
3.- La amortización fiscal y contable
4.- Los métodos de amortización
5.- Factores de cálculo de las amortizaciones
6.- Cálculo de la cuota de amortización
7.- Amortización de un elemento complejo
8.- Cambios de amortización
9.- Amortización de bienes usados
6.Valoración posterior: el deterioro del inmovilizado
7.Bajas y enajenaciones
1.- Enajenación en las Pymes
2.- Enajenación en las Grandes Empresas
3.- Otras bajas
8.Permutas de inmovilizado material
9.Normas particulares sobre el inmovilizado material

UNIDAD DIDÁCTICA 10. INVERSIONES INMOBILIARIAS

1.Introducción al registro de las operaciones inmobiliarias
2.Subgrupo 22 del Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA

1.Activos no corrientes mantenidos para la venta: definición
1.- Requisitos para la reclasificación
2.Valoración de los activos no corrientes mantenidos para la venta
1.- Videotutorial: El subgrupo 58 del PGC
3.Grupos enajenables de elementos mantenidos para la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 12. INMOVILIZACIONES INTANGIBLES

1.Concepto y características
2.Criterios específicos de reconocimiento y valoración
1.- Reconocimiento
2.- Valoración
3.Normas particulares sobre el Inmovilizado Intangible
1.- Investigación y desarrollo
2.- Concesiones administrativas
3.- Propiedad industrial
4.- Fondo de comercio
5.- Derechos de traspaso
6.- Aplicaciones informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PERIODIFICACIÓN E IMPUTACIÓN DE INGRESOS Y GASTOS

1.El principio de devengo

+ Información Gratis

2.Ajustes por periodificación
3.Imputación de ingresos y gastos

UNIDAD DIDÁCTICA 14. INSTRUMENTOS FINANCIEROS. ACTIVOS FINANCIEROS

1.Introducción a los instrumentos financieros
2.Activos financieros
3.Activos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias
1.- Valoración inicial
2.- Valoración posterior
4.Activos a coste amortizado
1.- Valoración inicial
2.- Valoración posterior
3.- Deterioro de valor
5.Activos financieros a valor razonable con cambios en el patrimonio neto
1.- Valoración inicial
2.- Valoración posterior
3.- Deterioro de valor
6.Activos financieros a coste
1.- Valoración inicial
2.- Valoración posterior
3.- Deterioro de valor
7.Reclasificación de los activos financieros
8.Intereses y dividendo recibidos de los activos financieros
9.Baja de los estados financieros

UNIDAD DIDÁCTICA 15. INSTRUMENTOS FINANCIEROS: PASIVOS FINANCIEROS

1.Pasivos financieros
2.Pasivos financieros a coste amortizado
1.- Valoración inicial
2.- Valoración posterior
3.Pasivos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias
1.- Valoración inicial
2.- Valoración posterior
4.Reclasificación y baja de pasivos financieros

UNIDAD DIDÁCTICA 16. CONTABILIZACIÓN DE LAS SUBVENCIONES

1.Introducción y clases
1.- Clases de subvenciones
2.- Tratamiento contable
2.Resumen previo para la contabilidad de subvenciones no reintegrables
3.Normativa de subvenciones, donaciones y legados otorgados por terceros
4.Resumen contable de las subvenciones para las Pymes
5.Resumen contable de las subvenciones para grandes empresas
6.Subvención reintegrable
7.Subvención no monetaria

UNIDAD DIDÁCTICA 17. ARRENDAMIENTO FINANCIERO Y OPERATIVO

1.El Arrendamiento
2.Arrendamiento Financiero (Leasing)
3.Arrendamiento Operativo
4.El Renting
5.Lease back

UNIDAD DIDÁCTICA 18. IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS

1.Diferencias entre el Resultado Contable y el Resultado Fiscal
2.Impuesto Corriente: Activos y Pasivos por Impuesto Corriente

+ Información Gratis

1.- Videotutorial: libertad de amortización y amortización acelerada
3.Impuesto Diferido: Activos y Pasivos por Impuesto Diferido
1.- Diferencias temporarias
2.- Activos por diferencias temporarias deducibles
3.- Pasivos por diferencias temporarias imponibles
4.Compensación de Bases Imponibles Negativas
1.- Estimamos que podemos contabilizar el crédito
2.- En caso de no contabilizar el crédito a nuestro favor en el año 1
3.- Videotutorial: Compensación de Bases Imponibles Negativas
5.Variaciones en el tipo impositivo
6.Contabilización del Impuesto de Sociedades en empresas de reducida dimensión
7.Contabilización del Impuesto de Sociedades en Microempresas

UNIDAD DIDÁCTICA 19. CUENTAS ANUALES

1.Las cuentas anuales: Introducción
2.Balance: activo, pasivo y patrimonio neto
1.- Activo
2.- Pasivo y Patrimonio Neto
3.Cuenta de Pérdidas y Ganancias
4.Estado de cambios en el Patrimonio Neto
1.- Estado de ingresos y gastos reconocidos
2.- Estado total de cambios en el patrimonio neto
5.Estado de flujos de efectivo
1.- Clasificación de las partidas de Cash Flow
6.Memoria

UNIDAD DIDÁCTICA 20. PATRIMONIO NETO

1.Introducción. Elementos del Patrimonio Neto
2.Fondos Propios
1.- Capital
2.- Aspectos contables de la constitución de sociedades
3.- Video tutorial: apuntes contables de la constitución
4.- Reservas
5.- Video tutorial: dotación de la reserva legal
6.- Tratamiento contable de las reservas de nivelación y capitalización
7.- Resultados pendientes de aplicación
3.Resumen de la distribución del resultado
1.- Si ha habido beneficio
2.- Si ha habido pérdida

UNIDAD DIDÁCTICA 21. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1.Introducción: El IVA en las operaciones contables
2.Regulación legal y concepto
3.Neutralidad impositiva. IVA soportado e IVA repercutido
4.Cálculo del impuesto y base imponible
5.Tipo de gravamen
6.Registro contable del IVA
1.- IVA soportado en operaciones interiores
2.- IVA repercutido
7.Liquidación del IVA
1.- IVA a ingresar
2.- IVA a compensar o devolver
8.IVA soportado no deducible
9.Regla de la prorrata
1.- Prorrata general

+ Información Gratis

2.- Videotutorial: Caso práctico prorrata
3.- Prorrata especial
4.- Prorrata en los bienes de inversión
5.- Videotutorial: Caso practico de Prorrata en los bienes de inversión
6.- Regularización o ajuste de las deducciones
7.- Venta de los bienes de inversión durante el periodo de regularización

UNIDAD DIDÁCTICA 22. PROVISIONES

1.Provisiones: Introducción
2.Reconocimiento
3.Valoración
1.- Videotutorial: Tratamiento contable de las provisiones
4.Tipos de provisiones

MÓDULO 6. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA, TÉCNICAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, MARKETING, RR.HH Y LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1.Las PYMES como organizaciones
2.Liderazgo
3.Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1.Introducción
2.Utilidad del Plan de Empresa
3.La Introducción del Plan de Empresa
4.Descripción del negocio. Productos o servicios
5.Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1.Plan de Marketing
2.Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH. Y RECURSOS FINANCIEROS

1.Infraestructuras
2.Recursos Humanos
3.Plan Financiero
4.Valoración del riesgo. Valoración del proyecto
5.Estructura legal. Forma jurídica

MÓDULO 7. KNOW-HOW, PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL EN UN MERCADO DIGITAL GLOBAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL KNOW-HOW

1.Introducción teórica al concepto de know-how
2.Entorno de Innovación Abierta
3.Política de Gestión de Propiedad Intelectual e Industrial
4.Gestión de Propiedad Intelectual e Industrial en Proyectos de I+D+I
5.Patent Box

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SECRETOS EMPRESARIALES E INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

1.Jurisdicción Europea Y Española
2.Relevancia del secreto
3.Requisitos del secreto empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTECCIÓN DEL KNOW-HOW

+ Información Gratis

1.Gestión de la protección
2.Protección de la Propiedad Intelectual e Industrial en la era digital
3.Gestión de la Propiedad Intelectual e Industrial en explotación y defensa
4.Non Disclosure Agreement (NDA)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTERACCIÓN ENTRE LA LSSI Y LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1.Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Ley de Propiedad Intelectual: una doble perspectiva
2.Derechos de propiedad intelectual sobre las páginas web
3.Acceso a contenidos desde la perspectiva de la LSSI
4.La Ley Sinde: Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible
5.Impacto de la Reforma
6.Reforma del TRLGDCU impacto en los negocios online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PATENTES, DISEÑOS INDUSTRIALES Y MODELOS DE UTILIDAD

1.Requisitos de una patente
2.Clases de patentes
3.Procedimiento de registro de patentes
4.Diseños industriales
5.Modelos de utilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARCA NACIONAL Y NOMBRES COMERCIALES

1.Marco normativo La Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas
2.Concepto de marca
3.Clases de marcas
4.Concepto de nombre comercial
5.Prohibiciones absolutas de registro
6.Prohibiciones relativas de registro
7.Marca notoria y marca renombrada
8.Marcas colectivas y de garantía

UNIDAD DIDÁCTICA 7. NOMBRES DE DOMINIO

1.Clases de nombres de dominio
2.Conflictos en nombres de dominio

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA

1.¿Qué es Big Data?
2.La era de las grandes cantidades de información: historia del big data
3.La importancia de almacenar y extraer información
4.Big Data enfocado a los negocios
5.Open Data
6.Información pública
7.IoT (Internet of Things - Internet de las cosas)

MÓDULO 8. LIDERAZGO EMPRESARIAL, COACHING Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA EMPRESA, LA ADMINISTRACIÓN Y TIPOS DE ORGANIZACIONES

1.Importancia de las organizaciones en nuestra sociedad
2.La Organización
3.Diferentes tipos de organizaciones
4.La estructura de la organización
5.Cambio y desarrollo en la organización
6.El coach y los cambios
7.La cultura de coaching
8.Humanizar las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA DEL EQUIPO EN LAS ORGANIZACIONES

1.Los equipos en las organizaciones actuales

+ Información Gratis

2.La eficacia de los equipos: algunos modelos
3.Metodología para la composición de equipos, recursos y tareas
4.El trabajo en equipo: los procesos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PAPEL DEL LÍDER EN EL EQUIPO

1.Liderazgo: funciones y factores
2.Teoría del liderazgo
3.Los distintos estilos de liderazgo y sus diferencias
4.El líder: funciones y factores que condicionan su comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COACHING COMO AYUDA AL LIDERAZGO DE EMPRESA

1.El coaching como ayuda a la formación del liderazgo
2.El coaching como estilo de liderazgo
3.El coach como líder y formador de líderes
4.Cualidades del líder que ejerce como coach

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HERRAMIENTAS DE COACHING EJECUTIVO

1.El coaching ejecutivo
2.Cualidades y competencias
3.Desarrollo de formación y experiencia empresarial
4.Dificultades del directivo. Errores más comunes
5.Instrumentos y herramientas de medición del coaching ejecutivo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA MEJORA DEL FUNCIONAMIENTO DEL EQUIPO

1.Adaptación y aprendizaje: Los Programas de entrenamiento
2.Las principales técnicas de desarrollo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIÓN DE LAS DINÁMICAS DE GRUPO

1.Las dinámicas de grupo
2.Aplicar las dinámicas de grupos a los distintos campos de la vida social
3.¿Qué son las técnicas de Dinámica de Grupos?
4.El uso de las técnicas de grupo
5.El dinamizador: papel y funciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CLASES DE DINÁMICAS DE GRUPO

1.Tamaño del grupo
2.PARTICIPACIÓN DE LOS EXPERTOS
3.Objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EMPLEO DE DINÁMICAS DE GRUPO PARA LA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LA EMPRESA

1.Elementos positivos y negativos de los conflictos
2.Conceptos de conflicto y violencia
3.Prevención del conflicto
4.Análisis y negociación
5.Búsqueda de soluciones
6.Metodología básica para el trabajo colaborativo y la resolución de conflictos

MÓDULO 9. INVESTIGACIÓN DE MARKETING Y ESTUDIOS DE MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

1.Evolución del concepto y contenido del marketing
2.La función del marketing en el sistema económico
3.Tendencias actuales en el marketing: Orientación interna, al consumidor, a la competencia y a las relaciones
4.Marketing y dirección estratégica: Marketing estratégico y Marketing operativo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1.El entorno de las organizaciones
2.El mercado: Concepto y delimitación
3.El mercado de bienes de uso: consumo frecuente y consumo duradero

+ Información Gratis

4.El mercado industrial: el producto
5.El mercado de servicios: características y estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2.Segmentación eficaz: Criterios y requisitos de segmentación de mercados de consumo e industriales
3.Las estrategias de cobertura del mercado
4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1.Introducción: análisis de la demanda y segmentación
2.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca: matriz variable de marca
5.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1.Estudio del comportamiento de compra
2.Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores: Factores internos y externos
3.Comportamiento de compra: Roles , tipos y etapas
4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y EL MARKETING

1.El sistema de información de marketing
2.Investigación de mercados: concepto, objetivos y aplicaciones
3.Etapas en la realización de un estudio de investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

1.Estudios de mercado: obtención de datos y resultados
2.Ámbitos de aplicación del estudio de mercados: consumidor, producto y mercado
3.Tipos de diseño de la investigación de los mercados: estudios exploratorios, estudios descriptivos o correlaciónale y estudios experimentales o causales
4.Segmentación de los mercados: grupos y características
5.Tipos de mercado
6.Posicionamiento: ocupar un lugar distintivo en el mercado

+ Información Gratis