



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Máster MBA en Dirección Económico-Financiera + Titulación Universitaria***

**+ Información Gratis**

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

# **Máster MBA en Dirección Económico-Financiera + Titulación Universitaria**

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

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## **descripción**

En un mundo cambiante y altamente competitivo, las habilidades profesionales para dirigir y realizar una buena gestión empresarial son las que marcan la diferencia entre los empresarios de éxito y el resto. Este máster aporta los conocimientos necesarios para convertirse en el mejor profesional en Dirección económico – financiera. Este curso ayudará a tener una visión global y detallada de la actividad empresarial, donde se analiza cada una de las áreas de gestión que intervendrían en la empresa y finalmente tomar las decisiones adecuadas.



## *a quién va dirigido*

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

## *objetivos*

- Proporcionar los conocimientos necesarios para la organización, gestión y dirección de organizaciones empresariales.
- Desarrollar las competencias necesarias para una correcta dirección económico-financiera de la empresa.
- Profundizar en las distintas materias que afectan a la obtención de resultados dentro de la sociedad.
- Desarrollar el pensamiento estratégico, la innovación y la capacidad emprendedora e incentivar la comunicación y el trabajo en equipo para la mejora empresarial.

## *para qué te prepara*

Este master te prepara para identificar, describir y analizar los problemas económicos, y desarrollar todos los procedimientos y estrategias necesarias y su implantación para finalmente contribuir a la mejora de la rentabilidad de la empresa y satisfacción de los socios. Para ello es necesario conocer de cada una de las áreas que conforma la empresa y desarrollar el concepto de trabajo en equipo.

## *salidas laborales*

Ámbito empresarial en general. Directores y puestos de responsabilidad de las grandes empresas, profesionales del área económica - financiera, despachos profesionales, asesorías y consultorías. También podrás dirigir tu propio negocio.

## 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 dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

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 'Dirección financiera'
- Manual teórico 'Investigación de Marketing y Estudios de Mercado'
- Manual teórico 'Instrumentos de actuación comercial'
- Manual teórico 'Decisiones financieras a corto plazo'
- Manual teórico 'Dirección de Operaciones'
- Manual teórico 'Neuromarketing'
- Manual teórico 'Dirección Estratégica de la Empresa, Técnicas de Gestión y Organización empresarial, Ma
- Manual teórico 'Administración Fiscal'
- Manual teórico 'Liderazgo Empresarial, Coaching y Dirección de Equipos de Trabajo'
- Manual teórico 'Elaboración y análisis de estados financieros'
- Manual teórico 'Habilidades Directivas. Vol 1'
- Manual teórico 'Habilidades Directivas. Vol 2'



## profesorado y servicio de tutorías

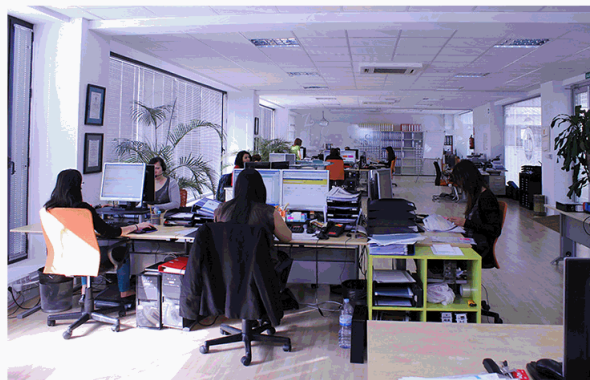
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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 ineseem 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



**programa formativo**

## **MÓDULO 1. HABILIDADES DIRECTIVAS**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. EL DIRECTOR EN LA EMPRESA: PROCESO DIRECTIVO Y FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO, LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN**

- 1.El proceso directivo
- 2.Fases del proceso directivo: planificación, organización, dirección y control
- 3.Liderazgo: dirigir y orientar
- 4.Motivación y necesidades

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN: PROCESO, ESTRATÉGIA, EJECUCIÓN Y DESARROLLO**

- 1.Introducción a las funciones de la dirección
- 2.Los procesos de dirección
- 3.El directivo como estrategia
- 4.El talento ejecutivo
- 5.El desarrollo de la autoridad

### **UNIDAD FORMATIVA 2. LA NEGOCIACIÓN: TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y SUJETO NEGOCIADOR**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA NEGOCIACIÓN PARA CONDUCIR AL ACUERDO**

- 1.Conceptualización de la negociación
- 2.Estilos de negociación y factores para su elección
- 3.Vías de negociación
- 4.Fases de la negociación: preparación, desarrollo y cierre

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATÉGIAS Y TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN PARA LA CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS**

- 1.Estrategias de negociación para la consecución de objetivos
- 2.Tácticas de negociación para la consecución de objetivos
- 3.Cuestiones prácticas: Lugar, inicio y claves de la negociación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SUJETO NEGOCIADOR**

- 1.Variables en la personalidad del negociador
- 2.Habilidades necesarias para ser un buen negociador
- 3.Características para ser un buen negociador
- 4.Tipos de negociadores
- 5.Técnicas psicológicas para la captación de la información: la programación neurolingüística

### **UNIDAD FORMATIVA 3. GESTIÓN DE GRUPOS EN LAS EMPRESAS**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS RELACIONES GRUPALES**

- 1.El funcionamiento del grupo: principios, condiciones y relaciones
- 2.Los roles. El desempeño de funciones en el grupo
- 3.El liderazgo en el grupo: aproximación, estilos y papel del líder
- 4.La comunicación grupal

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA DINÁMICA DE GRUPOS**

- 1.Aproximación a las dinámicas de grupos
- 2.Las técnicas grupales: Definición, objetivos y utilidades
- 3.Criterios de clasificación de las técnicas grupales
- 4.Criterios de selección y aplicación de las técnicas grupales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN**

- 1.Técnicas adecuadas para grupos grandes: Asamblea, congreso y conferencia
- 2.Técnicas adecuadas para grupos medianos: grupo de discusión, comisión y mesa redonda
- 3.Técnicas adecuadas para grupos pequeños: clínica del rumor y cuchicheo
- 4.Técnicas de trabajo o producción grupal: Role-playing, Phillips 6.6., foro y diálogos simultáneos
- 5.Técnicas de dinamización grupal: iniciación, conocimiento y estímulo de la creatividad
- 6.Técnicas para el estudio y trabajo de temas

7. Técnicas de evaluación grupal

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN, DESARROLLO Y CIERRE DE LA REUNIÓN**

1. Presentar la información
2. ¿Cómo formular y responder preguntas?
3. La importancia de fomentar la intervención de los participantes
4. Reuniones presenciales y a distancia: Utilización de medios técnicos y audiovisuales
5. El cierre de la reunión: análisis y concreción de resultados
6. El acta de la reunión: constancia documental

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. HABILIDADES SOCIALES PARA LA GESTIÓN DE GRUPOS**

1. Las habilidades sociales: definición y características
2. La asertividad: conceptualización y entrenamiento asertivo
3. La empatía: componentes
4. La escucha activa y la comunicación
5. La autoestima: aproximación y técnicas de mejora

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL LIDERAZGO Y EL TRABAJO EN EQUIPO**

1. Aptitudes y cualidades que debe poseer un líder
2. Funciones esenciales del líder
3. Funciones complementarias del líder
4. Trabajo en Equipo y Equipos de trabajo. Aproximación y diferencias
5. Ventajas del trabajo en equipo
6. Técnicas y habilidades personales y sociales necesarias para el trabajo en equipo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO: MEJORAS**

1. Programa de entrenamiento: métodos de aprendizaje
2. Técnicas de trabajo en equipo

#### **UNIDAD FORMATIVA 4. GESTIÓN DEL CLIMA LABORAL: RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y MOTIVACIÓN EN EL PUESTO DE TRABAJO**

##### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. APROXIMACIÓN: PREVENIR, AFRONTAR Y RESOLVER EL CONFLICTO**

1. El conflicto en las organizaciones
2. Perspectivas del conflicto
3. Elementos a considerar. Tipos de conflictos
4. Niveles del conflicto
5. Prevención del conflicto: Estrategias
6. La gestión de conflictos
7. Resolución del conflicto: Estrategias

##### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRÉS LABORAL. CONSECUENCIAS Y MANEJO**

1. Aproximación al estrés. Estrés positivo y negativo
2. Factores causantes del estrés
3. Síntomas de estrés positivo y negativo
4. El estrés y el entorno laboral
5. Consecuencias del estrés a corto y a largo plazo
6. Características individuales del Estrés
7. Consecuencias del estrés sobre la salud
8. Efectos del estrés
9. Condicionantes del estrés en el puesto de trabajo

##### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. MOTIVACIÓN EN EL ENTORNO LABORAL**

1. La motivación en el entorno laboral
2. Teorías sobre la motivación laboral: Teorías centradas en el contenido y en el proceso
3. El líder motivador: Evaluación, diagnóstico y técnicas de motivación
4. La satisfacción laboral: actitudes y conducta

#### **UNIDAD FORMATIVA 5. IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**

##### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN**

- 1.El proceso de comunicación
- 2.Las diferentes formas de comunicación
- 3.Obstáculos en la comunicación
- 4.La comunicación efectiva: características
- 5.Normas para la interacción con el interlocutor

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA**

- 1.Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
- 2.Comunicación e Información en la empresa
- 3.Comunicación interna en la empresa: Comunicación descendente, ascendente y horizontal
- 4.La imagen de la empresa en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
- 5.La comunicación externa de la empresa
- 6.Centralización y descentralización en la comunicación empresarial
- 7.Herramientas de comunicación interna y externa

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN NO VERBAL**

- 1.El lenguaje no verbal: emociones, cultura y manifestación
- 2.Relaciones entre la conducta verbal y no verbal
- 3.Entablar relaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS RELACIONES INTERPERSONALES**

- 1.La comunicación interpersonal
- 2.Filtros y Barreras de la Comunicación
- 3.El conflicto interpersonal
- 4.Cómo expresar críticas y sentimientos
- 5.La escucha activa
- 6.Obstáculos a la escucha activa
- 7.Técnicas para mejorar la escucha activa

## **MÓDULO 2. 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
- 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.Prevenición del conflicto.
- 4.Análisis y negociación.
- 5.Búsqueda de soluciones.
- 6 Metodología básica para el trabajo colaborativo y la resolución de conflictos

### **MÓDULO 3. DIRECCIÓN - ECONÓMICO FINANCIERA**

#### **UNIDAD FORMATIVA 1. DIRECCIÓN FINANCIERA: FUNDAMENTOS Y ESTRUCTURA**

##### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA EMPRESA Y LA DIRECCIÓN FINANCIERA**

- 1.La dirección financiera: Naturaleza y objetivos
  - 1.- Evolución de la dirección financiera
  - 2.- Objetivos de la dirección financiera
- 2.Tipos de Sociedades
  - 1.- Sociedades responsabilidad limitada
  - 2.- Sociedades anónimas
  - 3.- Sociedades especiales
- 3.El director financiero
  - 1.- La naturaleza y funciones del director financiero
  - 2.- El directivo
  - 3.- Decisiones del director financiero
  - 4.- Separación entre propiedad y dirección
- 4.Ejercicio Resuelto. Tipos de fórmulas empresariales

##### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO ECONÓMICO: CICLO ECONÓMICO E INFLACIÓN**

- 1.Los ciclos económicos: Fluctuaciones y fases
  - 1.- Tipos de fluctuaciones
  - 2.- Fases del ciclo
- 2.La inflación y los ciclos
  - 1.- La inflación
  - 2.- Relación entre inflación y ciclos económicos
- 3.Entorno económico internacional: tendencias, devaluación y mercado de divisas

- 1.- Tendencias y política económica
- 2.- La devaluación
- 3.- El mercado de divisas
4. Balanza de pagos
5. Ejercicio Resuelto. Cálculo del IPC

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LAS MATEMÁTICAS FINANCIERAS**

1. Capitalización simple
  - 1.- Las operaciones en régimen simplificado
2. Capitalización compuesta
3. Rentas
4. Préstamos
5. Empréstitos
6. Valores mobiliarios
  - 1.- Caracteres de una emisión de renta fija
  - 2.- Caracteres de una emisión de renta variable
7. Ejercicio Resuelto. Tipos de préstamos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CAPITALIZACIÓN Y DESCUENTO DE LAS INVERSIONES**

1. Valor temporal del dinero
2. Capitalización y descuento simples
3. Capitalización y descuento compuestos y continuos
4. Valoración de rentas financieras
  - 1.- Análisis y aplicación del cálculo de rentas
  - 2.- Rentas constantes
  - 3.- Rentas Variables de progresión geométrica
  - 4.- Rentas variables en progresión aritmética
5. Tanto anual de equivalencia (TAE)
6. Ejercicio Resuelto. Cálculo de la tasa anual equivalente (TAE)

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICAS DE DIVIDENDOS**

1. Dividendos y sus clases
  - 1.- ¿Qué es un dividendo?
  - 2.- Clases de dividendos
2. Relevancia de la política de dividendos
3. Dividendos e imperfecciones del mercado
4. Dividendos e impuestos
  - 1.- Tributación de los dividendos en el IRPF
5. Ejercicio Resuelto. Cálculo y tributación de dividendos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. CARTERAS DE FONDOS DE INVERSIÓN**

1. Los fondos de inversión
  - 1.- El riesgo en los fondos de inversión
  - 2.- La rentabilidad de los fondos de inversión
  - 3.- Fiscalidad de los Fondos de Inversión
  - 4.- Ventajas e inconvenientes de invertir en Fondos de Inversión
  - 5.- Los productos financieros derivados
2. Sociedades de Inversión de Capital Variable (SICAV)
3. Fondos de inversión libre
4. Fondos de fondos de inversión libre
5. Fondos cotizados o ETF
6. Ejercicio Resuelto. Letras del tesoro

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. CARTERAS DE VALORES**

1. Teoría y gestión de carteras: fundamentos
  - 1.- El modelo de H. Markovitz

- 2.- El modelo de Sharpe
- 2.Evaluación del riesgo según el perfil del inversor
- 3.Función de utilidad de un inversor con aversión al riesgo
- 4.Ejercicio Resuelto. Cálculo de la rentabilidad de una cartera

## **UNIDAD FORMATIVA 2. DECISIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS DECISIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO**

- 1.El funcionamiento de la empresa: decisiones de inversión y financiación
- 2.Decisiones financieras a corto plazo
- 3.La toma de decisiones: fases

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA TESORERÍA Y DE LAS PARTIDAS A CORTO PLAZO**

- 1.La gestión de la tesorería
  - 1.- Los pilares de la gestión de la tesorería
- 2.Estructura de las partidas a corto plazo
  - 1.- Activos corrientes
  - 2.- Pasivos corrientes
- 3.Gestión y análisis del crédito
  - 1.- Condiciones de venta
  - 2.- Crédito necesario
  - 3.- El límite de crédito y de riesgo
  - 4.- El cobro
- 4.La entrada de nuevos clientes: recopilación de información

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL COSTE DE LAS POLÍTICAS DE COBRO Y PAGO**

- 1.Medios de cobro y pago: cheques, pagarés y letras de cambio
- 2.Coste de las operaciones de cobro y pago
  - 1.- Operaciones de descuento
- 3.Préstamos y créditos bancarios a corto plazo
  - 1.- Los préstamos bancarios a corto plazo
  - 2.- Pólizas de crédito
  - 3.- Los descubiertos
- 4.Ejemplo práctico. Coste de las políticas de cobro y pago

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COBERTURA DEL RIESGO**

- 1.Estado de flujos de efectivo
  - 1.- Utilidad
  - 2.- Los flujos de efectivo de las actividades corrientes
  - 3.- Métodos
- 2.Análisis de la estructura a corto plazo: ratios y periodos
  - 1.- Fondo de maniobra y ratios a corto plazo
  - 2.- Periodos de cobro y pago
- 3.Servicios de gestión de facturas de cobro y pago: factoring y confirming
  - 1.- Factoring
  - 2.- Confirming
- 4.Seguro de crédito
  - 1.- Seguro de crédito a la exportación
  - 2.- Diferencias existentes entre el factoring y el seguro de crédito a la exportación

## **MÓDULO 4. ADMINISTRACIÓN FISCAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO**

- 1.El tributo: Impuestos, Tasas y Contribuciones especiales
- 2.Hecho imponible: nacimiento de la obligación tributaria
- 3.Sujeto pasivo u obligado tributario
- 4.Determinación de la deuda tributaria
- 5.Contenidos de la deuda tributaria: Interés de demora y Recargos

6. Extinción de la deuda tributaria

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I**

1. Introducción al IRPF

2. Elementos del Impuesto: ámbito subjetivo, aspectos temporales y Hecho imponible

3. Rendimientos del Trabajo

4. Rendimientos de actividades económicas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II**

1. Rendimientos de capital inmobiliario

2. Rendimientos de capital mobiliario

3. Ganancias y pérdidas patrimoniales

4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas

5. Liquidación del impuesto

6. Gestión del impuesto

7. Ejercicio resuelto: Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO**

1. Naturaleza del impuesto

2. Hecho imponible

3. Operaciones no sujetas y operaciones exentas

4. Lugar de realización del hecho imponible

5. Devengo del impuesto

6. Sujetos pasivos

7. Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)

8. Base imponible

9. Tipos de Gravamen

10. Dedución del impuesto

11. Gestión del impuesto

12. Regímenes especiales

13. Ejercicio resuelto: Impuesto sobre el Valor Añadido

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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. Cuota íntegra

8. Bonificaciones y deducciones

9. Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión

10. Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero

11. Gestión del impuesto

12. Videotutorial: Ejercicio resuelto Impuesto sobre Sociedades

## **MÓDULO 5. ELABORACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRIMERA APROXIMACIÓN A LOS ESTADOS FINANCIEROS**

1. Introducción a los Estados Financieros

1.- Modelos de cuentas anuales

2.- Video tutorial diferentes tipos de cuentas anuales

3.- Las cuentas anuales y la imagen fiel

4.- Video tutorial Determinación de la C.A.N

5.- Video tutorial Determinación del número medio de trabajadores

2. El balance de situación

1.- Definiciones en el Marco Conceptual

- 2.- El Balance en el PGC
- 3.La cuenta de Pérdidas y Ganancias
  - 1.- Definiciones en el Marco Conceptual
  - 2.- Conceptos de compra, gastos e inversión
  - 3.- La cuentas de pérdidas y ganancias en el PGC
- 4.El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
  - 1.- El Estado de ingresos y gastos reconocidos
  - 2.- El Estado total de cambios en el Patrimonio Neto
- 5.El Estado de Flujos de Efectivo
  - 1.- Marco Conceptual
  - 2.- Clasificación de sus partidas
- 6.La memoria
- 7.Ejercicio resuelto. Aplicación del PGC Pymes a una Sociedad
- 8.Ejercicio resuelto. Continuar aplicando el PGC Pymes en una Sociedad
- 9.Ejercicio resuelto. Elaborar el balance Adaptado al PGC

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN Y ANÁLISIS DEL BALANCE**

- 1.Introducción a la Elaboración y Análisis del Balance
- 2.Estructura del Balance
- 3.Fondo de maniobra
  - 1.- El Fondo de Maniobra
  - 2.- El Capital corriente
  - 3.- Video tutorial el Fondo de Maniobra
- 4.El equilibrio patrimonial
  - 1.- Máxima estabilidad
  - 2.- Equilibrio del Balance
  - 3.- Desequilibrio
  - 4.- Quiebra
- 5.Análisis Horizontal y Vertical
  - 1.- Técnica de los porcentajes
  - 2.- Análisis vertical
  - 3.- Análisis horizontal
- 6.Ratios del Balance
- 7.Ejercicio resuelto. Equilibrio patrimonial
- 8.Ejercicio resuelto. Analisis Vertical y Horizontal
- 9.Ejercicio resuelto. Cálculo Capital, Balance y Fondo de Maniobra
- 10.Ejercicio resuelto. Cálculo del Fondo de Maniobra y del Capital Corriente

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LA CUENTA DE EXPLOTACIÓN**

- 1.Introducción a la Elaboración y Análisis de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 2.La Cuenta de Pérdidas y Ganancias en el PGC
- 3.Contabilidad Analítica
  - 1.- Concepto de Coste y Gasto
  - 2.- Los costes en los distintos tipos de empresas
  - 3.- Costes directos e indirectos
  - 4.- Costes fijos y variables
- 4.Organización Funcional de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 5.El Punto Muerto
  - 1.- Concepto de punto muerto
  - 2.- Cálculo del punto muerto
  - 3.- Video tutorial Práctica del punto muerto
- 6.Apalancamiento operativo
  - 1.- Concepto de apalancamiento operativo
  - 2.- Grados de apalancamiento



- 3.- Desarrollo de la expresión grado de apalancamiento
- 7. Porcentajes Horizontales y Verticales; Ratios
  - 1.- Los porcentajes verticales
  - 2.- Los porcentajes Horizontales
  - 3.- Ratios
- 8. Análisis de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 9. Ejercicio resuelto. Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 10. Ejercicio resuelto. Umbral de rentabilidad y estimaciones
- 11. Ejercicio resuelto. EBIDA
- 12. Ejercicio resuelto. Ordenación funcional de la cuenta de Pérdidas y ganancias
- 13. Ejercicio resuelto. Apalancamiento operativo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO**

- 1. Introducción al Estado de cambios en el Patrimonio Neto
- 2. Ingresos y gastos imputados directamente al Patrimonio Neto
- 3. El Patrimonio Neto en el PGC
- 4. El Estado de Cambio en el Patrimonio Neto. Estado de gastos e ingresos reconocidos
- 5. Ejemplos de Ingresos y gastos imputados al patrimonio neto
  - 1.- Impuesto sobre beneficios
  - 2.- Subvenciones, donaciones y legados
  - 3.- Video tutorial Subvenciones
  - 4.- Operaciones de cobertura
- 6. El Estado de Cambio en el Patrimonio Neto. Estado total de cambios en el Patrimonio Neto
  - 1.- Cambios de criterio contable
  - 2.- Errores
  - 3.- Cambio de estimaciones contables
  - 4.- Hechos posteriores al cierre
  - 5.- Video tutorial. Cambio de criterio contable y errores
- 7. Reformulación de las cuentas anuales
- 8. Análisis del El Estado de Cambio en el Patrimonio Neto
  - 1.- Porcentajes verticales y Horizontales para el análisis
- 9. Ejercicio resuelto. Estado de Gastos e Ingresos Reconocidos
- 10. Ejercicio resuelto. Estado total de cambios en el patrimonio neto

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO**

- 1. Introducción al Estado de Flujos de Efectivo
  - 1.- Norma 9ª de la tercera parte del PGC
  - 2.- El EFE como complemento de la cuenta de pérdidas y ganancias
- 2. Estructura del Estado de Flujos de Efectivo en el PGC
  - 1.- Tipos de flujos de efectivo
  - 2.- Presentación del EFE en el PGC (método directo y método indirecto)
  - 3.- Video tutorial método directo y método indirecto
- 3. Flujos de Efectivo en las Actividades de Explotación (FEAE)
- 4. Flujos de Efectivo en las Actividades de Inversión (FEAI)
- 5. Flujos de Efectivo en las Actividades de Financiación (FEAF)
- 6. Efecto de las Variaciones de los Tipos de Cambio
- 7. Ejemplo de elaboración de Estado de Flujos de Efectivo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIQUIDEZ, SOLVENCIA, ENDEUDAMIENTO Y RENTABILIDAD**

- 1. Aproximación a los conceptos de Liquidez, solvencia, endeudamiento y rentabilidad
- 2. Capital corriente como índice del equilibrio financiero
  - 1.- Evaluación de las necesidades de capital corriente
  - 2.- Cálculo del capital corriente mínimo o ideal
- 3. Liquidez a corto plazo
- 4. Solvencia

## 5. Endeudamiento

- 1.- Generalidades
- 2.- Índice de endeudamiento a largo plazo
- 3.- Índice de endeudamiento a corto plazo
- 4.- Índice total de endeudamiento
- 5.- Significado de los índices de endeudamiento y el índice de autonomía empresarial

## 6. Rentabilidad

- 1.- Rentabilidad
- 2.- Diferencia entre la situación económica y la situación financiera de una empresa
- 3.- Clases de rentabilidad
- 4.- Rentabilidad de las fuentes de financiación propias. Rentabilidad financiera y rentabilidad económica. El efecto apalancamiento

- 5.- Ecuación fundamental de la rentabilidad

## 7.6.6. Rentabilidad de los capitales propios y estructura financiera de la empresa

- 1.- Rentabilidad efectiva para el accionista

## 8. Ejercicio resuelto aplicación de ratios

# UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA MEMORIA Y EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

## 1. La memoria

- 1.- Definición de memoria
- 2.- Información a incluir en la memoria
- 3.- Contenido de la memoria

## 2. El estado de información no financiera

- 1.- Definición y regulación del nuevo estado
- 2.- Ámbito de aplicación
- 3.- Análisis del contenido del EINF
- 4.- Cuadro resumen de información
- 5.- Realización, aprobación y verificación

# 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. NEUROMARKETING**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1 . HERRAMIENTAS DEL NEUROMARKETING Y SU APLICACIÓN EN LA FUERZA DE VENTAS**

- 1.Definición y objetivos del Neuromarketing
- 2.Evolución del marketing al neuromarketing
- 3.Aplicaciones del neuromarketing

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIONES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DEL NEUROMARKETING**

- 1.Perfil profesional en Neuromarketing
- 2.El neuromarketing en el mercado
- 3.Neuromanagement, neuroliderazgo y neurocoaching
- 4.Neuroeconomía organizacional
- 5.Neuromarketing político

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ALCANCE Y LIMITACIONES DEL NEUROMARKETING APLICADOS A LOS CANALES DE VENTAS**

- 1.Alcance del Neuromarketing
- 2.Limitaciones del Neuromarketing
- 3.Neuroescepticismo
- 4.Límites éticos de la neuropublicidad

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. SITUACIÓN ACTUAL DEL NEUROMARKETING Y TENDENCIAS FUTURAS**

- 1.El Neuromarketing actual
- 2.Tendencias en Neuromarketing

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOTIVACIÓN Y EMOCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING**

- 1.Motivación. Definición y aspectos básicos
- 2.Emoción. Definición y aspectos básicos
- 3.Emoción y consumo
- 4.Neuronas espejo
- 5.Cerebro reptiliano, límbico y neocórtex

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. PERCEPCIÓN Y ATENCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING**

- 1.Percepción. Definición y aspectos básicos
- 2.La percepción selectiva
- 3.La percepción de acontecimientos
- 4.Atención. Definición y aspectos básicos
- 5.Taxonomía de la atención
- 6.Los filtros del cerebro
- 7.El ojo del espectador
- 8.Percepción y atención. Caso de estudio

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. APRENDIZAJE. HERRAMIENTA PARA UNA ESTRATEGIA DE NEUROMARKETING**

- 1.Aprendizaje. Definición y aspectos básicos
- 2.Clasificación de los estilos del aprendizaje asociados a la Neurociencia
- 3.Teorías psicológicas del aprendizaje
- 4.Aprendizaje y Neuromarketing: conclusiones finales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. MEMORIA Y NEUROMARKETING**

- 1.Memoria. Definición y aspectos básicos
- 2.Consolidación y reconstrucción de la memoria
- 3.Neurociencia y memoria

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. INFLUENCIAS DEL CONSUMIDOR**

- 1.Influencias internas
- 2.Influencias externas
- 3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
- 4.El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas

5. Consumidor Digital y Comportamiento del Consumidor digital

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. TÉCNICAS DE MARKETING SENSORIAL**

1. Del comprador sensorial al cliente recurrente
2. El cliente como prescriptor
3. El circuito de la dopamina
4. Efectos del marketing ante estímulos psicológicos
5. Proceso de cambio de los hábitos de consumo
6. Generación de ventas recurrentes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. TÉCNICAS DE NEUROMARKETING ESTRATÉGICO**

1. Segmentación de mercado
2. Neurosegmentación
3. La demanda en el neuromarketing estratégico
4. El Neuromap: PAIN, CLAIM y GAIN

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. TÉCNICAS DE NEUROMARKETING MIX Y NEUROVENTAS**

1. Las 4 Ps en el neuromarketing
2. Fundamentos y metodología de la neuroventa
3. La neurocomunicación en la venta
4. Estrategias producto servicio
5. Packaging y neuromarketing
6. Factor precio en neuromarketing

### **MÓDULO 8. INSTRUMENTOS Y PLANES DE ACCIÓN COMERCIAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIAS Y MODELOS EN LAS DECISIONES SOBRE PRODUCTOS**

1. El concepto de producto: atributos, tipos y dimensiones
2. Estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto
3. Diseño y desarrollo de nuevos productos
4. Ciclo del vida del producto: evolución e involución en el mercado
5. Análisis de la cartera de productos: dimensiones y modelos
6. Estrategias de crecimiento que pueden seguir las empresas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN**

1. El canal de distribución: concepto, utilidades e importancia
2. Puesta a disposición del producto: canal de distribución
3. El diseño del canal de distribución: Factores condicionantes, longitud, intensidad y estrategias
4. Una clasificación de las formas comerciales
5. El merchandising

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS DECISIONES SOBRE PRECIOS, TARIFAS E INTERESES**

1. Introducción a las decisiones sobre precios
2. El precio como variable y como instrumento de las decisiones comerciales
3. Factores y condicionantes en la fijación de precios
4. Procedimiento de fijación de precios: métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda
5. Las estrategias de fijación de precios

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN**

1. La comunicación comercial
2. El mix de la comunicación comercial: Venta personal, publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas
3. La comunicación global de la empresa: identidad e imagen

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL**

1. Proceso de comunicación: transferencia y comprensión de la información
2. Elementos de la comunicación comercial
3. Estructura del mensaje
4. Fuentes de información: entrevistas
5. Estrategias para mejorar la comunicación
6. Comunicación dentro de la empresa

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD**

- 1.La Publicidad
- 2.Procesos de Comunicación Publicitaria
- 3.Técnicas de Comunicación Publicitaria

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EMISOR O EMPRESA ANUNCIANTE**

- 1.El Departamento de Publicidad en la empresa
- 2.Funciones del Departamento de Publicidad
- 3.El presupuesto publicitario: planificación y control
- 4.La selección de la empresa de publicidad

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN. EL CANAL DE COMUNICACIÓN**

- 1.Concepto , tipos y clasificación
- 2.Medios Publicitarios: prensa escrita, radio, medios audiovisuales y publicidad exterior
- 3.El medio online y la publicidad
- 4.Animación y Marketing.
- 5.Marketing telefónico
- 6.Estrategias Publicitarias

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA PLATAFORMA COMERCIAL**

- 1.Introducción: captación de clientes
- 2.El Cliente actual
- 3.El Cliente Potencial
- 4.Plataforma Comercial de Mercado

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING**

- 1.Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
- 2.Etapas en el diseño del plan de marketing
- 3.La ejecución y control del plan de marketing. Tipos de control
- 4.Desarrollo del plan de marketing

# **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
- 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 correlacionales 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

# **MÓDULO 10. DIRECCIÓN DE OPERACIONES**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN DE OPERACIONES**

1. Administración de Operaciones: Introducción
2. Evolución de la Dirección de Operaciones
3. Planificación Estratégica y Planificación Empresarial
4. La dirección y el subsistema de operaciones
5. Objetivos de la Dirección de Operaciones
6. Estrategias de operaciones: visión general
7. Plan Estratégico de Operaciones

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PREVISIÓN DE LA DEMANDA**

1. La Previsión de la Demanda
2. El Espacio temporal y la Demanda
3. El Ciclo de Vida del Producto: estrategias de consolidación
4. Tipología de Previsiones de la Demanda: Económicas, Tecnológicas y del Mercado
5. Previsión de la Demanda: Objetivos y etapas
6. Métodos de Previsión
7. Ejemplo resuelto: Previsión de la demanda

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUESTIONES ESTRATÉGICAS I: LA PRODUCCIÓN**

1. La función productiva en la Organización
2. Estructura Organizativa de la Producción
3. Tipos de Modelos Productivos
4. Producción Orientada al Proceso
5. Producción Orientada al Producto
6. Producción Bajo Pedido

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUESTIONES ESTRATÉGICAS II: DISEÑO DE PROCESOS Y PRODUCTOS**

1. Selección y diseño del producto
2. Eficacia y excelencia en el diseño
3. Diseño y desarrollo de nuevos productos
4. Procesos de Configuración en Línea (Flow Shop)
5. Procesos de Configuración Job-Shop
6. Procesos de configuración Continua
7. Tecnología Relacionada

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUESTIONES ESTRATÉGICAS III: LOCALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DE**

## **INSTALACIONES**

- 1.La decisión estratégica de la localización
- 2.Métodos de selección de un emplazamiento
- 3.Ejercicio resuelto: Otros criterios de decisión
- 4.Análisis de la Localización
- 5.Tendencias en Localización
- 6.Distribución en Planta y Diseño del Puesto de Trabajo
- 7.La función de Mantenimiento
- 8.Ejercicios resueltos: Distribución de plantas y Mantenimiento de Instalaciones

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA CALIDAD**

- 1.Concepto de Calidad
- 2.Definiciones de Calidad
- 3.El Papel de la Calidad en las Organizaciones
- 4.Vertiente económica: Costes y Beneficios de un Sistema de Gestión de la Calidad
- 5.La Dirección y la Gestión de la Calidad
- 6.Elementos de la Gestión de la Calidad
- 7.Diseño y Planificación de la Calidad
- 8.El Bechmarkin y la Reingeniería de Procesos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. CUESTIONES TÁCTICAS I: GESTIÓN DE INVENTARIOS Y DE LA CADENA DE SUMINISTROS**

- 1.Inventarios de Demanda independiente
- 2.Inventarios de Demanda dependiente (MRP y DRP)
- 3.Sistemas Just in Time
- 4.La Gestión de Operaciones y la Cadena de Suministro
- 5.Visión Estratégica de la Cadena de Suministro

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUESTIONES TÁCTICAS II: PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS**

- 1.Gestión de Proyectos
- 2.Dirección en la Ejecución de proyectos
- 3.Habilidades, competencias y conocimientos para la dirección de proyectos
- 4.Conceptos relacionados con la organización en la dirección de proyectos
- 5.Procesos de Inicio, Planificación, Ejecución, Control y Cierre

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS BÁSICAS PARA EL CONTROL DE PROYECTOS**

- 1.Introducción a las herramientas básicas para el control de proyectos
- 2.Gráficos o diagramas de Gantt
- 3.Gráficos de redes: PERT/CPM