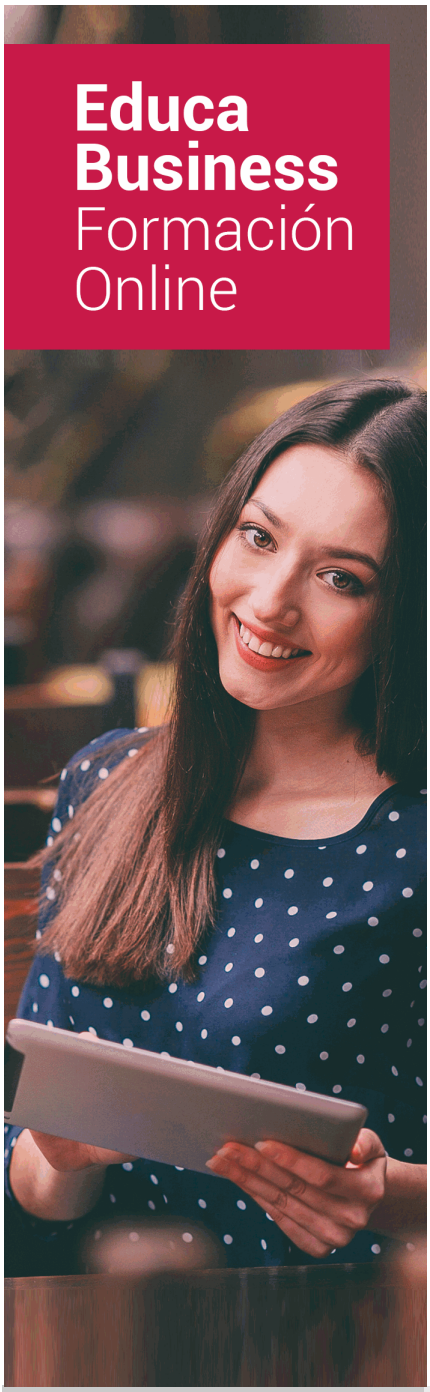


Master en Direccion General

Master en Direccion General **Ver Curso**



SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación**(AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, l**os cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública.Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.



Master en Direccion General

DURACIÓN:
600 horas

MODALIDAD:
Online

PRECIO:
1.200 €
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

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

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, 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 (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como Escuela de Negocios de Formación Superior de Postgrado

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO

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

Nombre de la Acción Formativa

de 600 horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2015
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EURO/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 1 de Diciembre de 2015

Centro de Formación Superior de Postgrado

EDUCA BUSINESS SCHOOL

La Dirección General

JESÚS MORENO HIDALGO

SELLO

El/La Interesado/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Descripción

Este Master en Direccion General le ofrece una formación especializada en al materia. Si quiere dedicarse profesionalmente al entorno de la gestión empresarial y desea adquirir los conocimientos oportunos para desenvolverse de manera experta en las funciones de dirección y administración de la estrategia de la empresa este es su momento, con el master Online en Dirección General y Planificación Estratégica podrá aprender las técnicas esenciales para desarrollar las diferentes tareas propias de la dirección empresarial. Gracias a Este Master conocerá los aspectos fundamentales sobre la gestión de recursos humanos, planes de marketing y gestión de compras en general.

Objetivos

- Desarrollar las competencias directivas del participante, profundizando en la visión global de la empresa. - Asumir funciones de liderazgo en negocios globalizados, competitivos y especializados. - Desarrollar el pensamiento estratégico, la innovación y la capacidad emprendedora. - Conocer en qué consiste el liderazgo de un equipo y coaching - Introducir en técnicas para mejorar el funcionamiento de un equipo - Definir los conflictos y sus modos de prevención, afrontamiento y resolución. - Aprender los valores éticos de la RSC. - Conocer los objetivos y la gestión de la RSC en las organizaciones. - Insertar al alumnado en el mundo del comercio electrónico y el desarrollo del marketing en esta área. - Introducir al alumnado en el mundo de la publicidad y su repercusión en las ventas. - Adquirir conocimientos sobre la logística del aprovisionamiento. - Realizar compras a proveedores y atender a la documentación y presupuestos. - Aprender el papel del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial. - Conocer las bases fundamentales del marketing online y el posicionamiento web.

A quién va dirigido

Este Master en Direccion General está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además el máster Online en Dirección General y Planificación Estratégica está dirigido a profesionales del entorno empresarial que deseen especializarse en la gestión general de empresas, especializándose en tareas propias de este sector para optimizar todos los departamentos que ayuden al éxito del negocio.

Para qué te prepara

Este Master en Direccion General le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master Online en Dirección General y Planificación Estratégica le prepara para conocer a fondo las funciones sobre dirección y administración de los distintos departamentos dentro de la empresa como contabilidad, recursos humanos o marketing en general.

Salidas Laborales

Sector empresarial / Responsabilidad social corporativa / Recursos humanos / Marketing.

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
-
- Maletín porta documentos
-
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta

- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses
+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono (+34) 958 050 217 e infórmate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.
En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.
10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.
El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.
Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.
Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.
Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado.**



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa,** donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



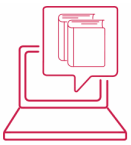
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alnumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.

Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede 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, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos

Temario

PARTE 1. EXPERTO EN CONTABILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD
1. Evolución histórica
2. Concepto de Contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MÉTODO CONTABLE
1. Concepto
2. Partida doble (dualidad)
3. Valoración
4. Registro contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO DEL CICLO CONTABLE
1. Observaciones previas
2. Apertura de la contabilidad
3. Registro de las operaciones del ejercicio
4. Ajustes previos a la determinación del resultado
5. Balance de comprobación de sumas y saldos
6. Cálculo del resultado
7. Cierre de la contabilidad
8. Cuentas anuales
9. Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NORMALIZACIÓN CONTABLE EN ESPAÑA
1. Introducción El proceso de reforma

2.Libros de contabilidad
3.El Plan General de Contabilidad
4.El nuevo PGC para las PYMES
5.Microempresas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO CONCEPTUAL
1.Principios contables
2.Criterios de valoración

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GASTOS E INGRESOS
1.Concepto de pagos y cobros
2.Concepto de gastos e ingresos
3.Clasificación
4.Registro contable de estas partidas y determinación del resultado contable
5.Registro y Valoración de los gastos
6.Valoración de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PERIODIFICACIÓN CONTABLE
1.Introducción
2.Ingresos y gastos no devengados, efectuados en el ejercicio
3.Ingresos y gastos devengados y no vencidos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INMOVILIZADO MATERIAL
1.El inmovilizado técnico: concepto y clases
2.Inmovilizado material
3.Inversiones Inmobiliarias
4.Activos no corrientes y grupos enajenables de elementos mantenidos para la venta
5.Inmovilizado en curso
6.Arrendamientos Leasing

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INMOVILIZADO INTANGIBLE
1.Concepto
2.Elementos integrantes
3.Registro contable
4.Correcciones valorativas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EXISTENCIAS
1.Concepto
2.Clasificación
3.Registro contable
4.Valoración
5.Correcciones valorativas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ACTIVOS FINANCIEROS I: OPERACIONES DE TRÁFICO
1.Introducción
2.Préstamos y partidas a cobrar: Clientes y deudores

3.Efectos comerciales a cobrar

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ACTIVOS FINANCIEROS II: OPERACIONES FINANCIERAS

1.Clasificación
2.Inversiones mantenidas hasta el vencimiento
3.Activos financieros mantenidos para negociar
4.Activos financieros disponibles para la venta
5.Reclasificación de los activos financieros
6.Intereses y dividendos recibidos de activos financieros
7.Inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociadas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PASIVOS FINANCIEROS

1.Concepto
2.Débitos por operaciones comerciales
3.Deudas con personal de la empresa y administraciones públicas
4.Débitos por operaciones no comerciales
5.Pasivos financieros mantenidos para negociar
6.Baja de pasivos financieros
7.Instrumentos de patrimonio propios
8.Casos particulares

UNIDAD DIDÁCTICA 14. PATRIMONIO NETO

1.Introducción
2.Fondos propios
3.Subvenciones, donaciones y legados
4.Provisiones y contingencias

UNIDAD DIDÁCTICA 15. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1.Introducción
2.Regulación legal y concepto
3.Características generales
4.Neutralidad impositiva IVA soportado e IVA repercutido
5.Cálculo del impuesto y base imponible
6.Tipo de gravamen
7.Registro contable del IVA
8.Liquidación del IVA

UNIDAD DIDÁCTICA 16. IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS

1.Nociones fundamentales
2.Cálculo de la cuota líquida
3.Gasto devengado
4.Registro contable
5.Diferencias Temporarias
6.Compensación de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores

7.Diferencias entre resultado contable y base imponible

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LAS CUENTAS ANUALES

1.Introducción
2.Balance
3.Cuenta de Pérdidas y ganancias
4.Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
5.Estado de Flujos de Efectivo
6.Memoria

PARTE 2. HABILIDADES DIRECTIVAS

MÓDULO 1. LA FIGURA DEL DIRECTOR EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO

1.El proceso directivo
2.Liderazgo
3.Motivación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

1.Introducción
2.El contenido de los procesos de dirección
3.La dimensión estratégica de la dirección
4.Dimensión ejecutiva de la dirección
5.El desarrollo de la autoridad

MÓDULO 2. LA NEGOCIACIÓN EN EL ÁMBITO DIRECTIVO EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA NEGOCIACIÓN

1.Concepto de negociación
2.Estilos de negociación
3.Los caminos de la negociación
4.Fases de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1.Estrategias de negociación
2.Tácticas de negociación
3.Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1.La personalidad del negociador
2.Habilidades del negociador
3.Características del sujeto negociador
4.Clases de negociadores

5.La psicología en la negociación

MÓDULO 3. GESTIÓN DE LIDERAZGO DE GRUPOS EN LAS EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS RELACIONES GRUPALES

1.El funcionamiento del grupo
2.El rol en el grupo
3.El liderazgo en el grupo
4.La comunicación en el grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DINÁMICA DE GRUPOS

1.¿Qué es la dinámica de grupos?
2.¿Qué son las técnicas grupales?
3.Clasificación de las técnicas grupales
4.Fundamentos de selección y aplicación de las técnicas grupales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

1.Técnicas de grupo grande
2.Técnicas de grupo mediano
3.Técnicas de grupo pequeño
4.Técnicas de trabajo o producción grupal
5.Técnicas de dinamización grupal
6.Técnicas para el estudio y trabajo de temas
7.Técnicas de evaluación grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DIRECCIÓN DE REUNIONES, DESARROLLO Y CIERRE DE LA REUNIÓN

1.Realizar la presentación
2.El arte de preguntar y responder
3.Intervención de los participantes
4.Utilización de medios técnicos y audiovisuales
5.Cierre de la reunión
6.Elaboración del acta de reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS (I)

1.¿Qué son las habilidades sociales?
2.La asertividad
3.La empatía
4.La escucha activa
5.La autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO

1.Liderazgo
2.Enfoques en la teoría del liderazgo
3.Estilos de liderazgo
4.El papel del líder

UNIDAD DIDÁCTICA 12 . COACHING Y 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.El líder como coach
UNIDAD DIDÁCTICA 13. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO
1.Programa de entrenamiento
2.Técnicas de desarrollo en equipo

MÓDULO 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y MOTIVACIÓN EN EL PUESTO DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 14. CONCEPTOS PREVIOS
1.Introducción al conflicto
2.Perspectivas y definición del conflicto
3.Elementos básicos y tipos de conflictos
4.Niveles del conflicto
UNIDAD DIDÁCTICA 15. PREVENIR, AFRONTAR Y RESOLVER EL CONFLICTO
1.Estrategias para prevenir el conflicto
2.La gestión de conflictos: principios básicos
3.Estrategias para resolver conflictos
UNIDAD DIDÁCTICA 16. ESTRÉS LABORAL. CONSECUENCIAS Y MANEJO
1.Definición de estrés
2.Factores condicionantes de estrés: la cuerda floja
3.Síntomas de estrés
4.Consecuencias del estrés a corto y a largo plazo
5.Características individuales del Estrés
6.Consecuencias del estrés sobre la salud
7.Efectos del estrés
8.Estrés en el puesto de trabajo
UNIDAD DIDÁCTICA 17. MOTIVACIÓN LABORAL
1.La motivación en el entorno laboral
2.Teorías sobre la motivación laboral
3.El líder motivador
4.La satisfacción laboral

MÓDULO 5. LA COMUNICACIÓN Y SU IMPORTANCIA EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 18. LA COMUNICACIÓN
1.El proceso de comunicación
2.Tipos de comunicación

3.Barreras de la comunicación
4.La comunicación efectiva
5.Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 19. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA
1.Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
2.Tratamiento y flujo de la información en la empresa
3.La comunicación interna de la empresa
4.La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
5.La comunicación externa de la empresa
6.La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
7.Herramientas de comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 20. COMUNICACIÓN NO VERBAL
1.El lenguaje no verbal
2.Relaciones entre la conducta verbal y no verbal
3.Entablar relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 21. RELACIONES INTERPERSONALES
1.La comunicación interpersonal
2.Filtros y Barreras de la Comunicación
3.El conflicto interpersonal
4.Cómo expresar críticas y tipos de escucha activa
5.Obstáculos que se pueden presentar
6.Técnicas para mejorar esta habilidad Social

PARTE 3. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA EMPRESA SOSTENIBLE
1.Introducción a la RSC
2.Principios y Valores de la Ética
3.La Empresa Tradicional y el Cambio de Modelo
4.Concepto de Responsabilidad Social Corporativa
5.¿Qué elementos debe contener la RSC?
6.Implantación de la RSC: la peculiaridad de las PYMES
7.Análisis de la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS VALORES ÉTICOS DE LA RSC
1.La Empresa Responsable y Sostenible: sus Valores Éticos
2.Valores y principios de la empresa tradicional
3.Valores y principios de la empresa responsable y sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL NUEVO MODELO DE EMPRESA RESPONSABLE SOSTENIBLE

1.Fundamentos de la Empresa Socialmente Responsable
2.Características de la Empresas Socialmente Responsable
3.Creación de Valor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES
1.Dirección de la empresa responsable sostenible
2.El Gobierno Corporativo
3.Ética Directiva en la Empresa Responsable y Sostenible
4.Auditorías éticas y de RSC
5.El Diseño de un Programa de Actuación de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS OBJETIVOS Y LA GESTIÓN DE LA RSC EN LAS ORGANIZACIONES
1.Formulación de objetivos de RSC
2.Planificación y programación de las actividades de la RSC
3.Control y seguimiento de los avances en RSC
4.Metodología para Implantar un Proceso de Gestión de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS
1.Los Grupos de Interés
2.Concepto y Tipología de los stakeholders
3.Las Relaciones con los Grupos de Interés
4.La RSC y los distintos Grupos de Interés

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL MUNDO
1.La RSC en materia de Derechos humanos
2.La RSC en materia de Derechos laborales
3.La RSC en materia Medioambiental
4.La RSC en el ámbito de la Protección de Datos a nivel internacional
5.Otras Normas e Iniciativas Internacionales sobre RSC
6.Ventajas prácticas de la aplicación de la RSC en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EUROPA
1.Instrumentos de RSC a nivel europeo
2.Antecedentes de la RSC en la Unión Europea
3.Estado de la RSC a nivel europeo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ESPAÑA
1.Introducción a la RSC en España
2.La RSC en el ámbito de los Derechos Humanos
3.La RSC en el ámbito de los Derechos Laborales
4.La RSC en el ámbito de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres
5.La RSC en el ámbito de la protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA NORMATIVA ISO 26000
1.Introducción a la Norma ISO 26000
2.Antecedentes históricos

3.Propósitos de la Norma ISO 26000
4.Características de la Norma ISO 26000
5.Terminología aplicada a la Norma ISO 26000
6.Estructura y contenido de la Norma ISO 26000
7.Principales grupos de stakeholders que intervienen en la Norma ISO 26000
8.Actuaciones respecto a la Norma ISO 26000

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. MODELO RS10

1.Introducción al modelo RS10
2.Concepto de auditoría
3.La Responsabilidad Social Corporativa según el modelo RS10
4.Auditorías en los sistemas de gestión según el modelo RS10
5.Sistemas de gestión de la Responsabilidad Social
6.Gestión de los recursos según el modelo RS10
7.Requisitos del sistema de gestión de la Responsabilidad Social ante los grupos de interés
8.Medición, análisis y mejora del sistema de gestión de la RS

PARTE 4. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y SISTEMA ECONÓMICO

1.El concepto y contenido del marketing evolución: Intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing
2.El marketing en el sistema económico
3.El marketing como cultura: evolución del marketing en la empresa. Tendencias actuales en el marketing
4.Marketing y dirección estratégica: marketing operativo y marketing estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO RELEVANTE: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN

1.Orientación de las organizaciones hacia el entorno
2.Delimitación y definición del mercado
3.Bienes de consumo y su mercado
4.Uso del producto hacia el mercado industrial
5.Uso del producto hacia el mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR Y LAS ORGANIZACIONES: ANÁLISIS

1.Comportamiento de compra: Estudio del alcance e interrelaciones con otras disciplinas y características
2.Comportamiento de compra de los consumidores: Condicionantes de compra
3.Estudio de los diferentes comportamientos de compra y etapas del proceso de compra en mercados de consumo
4.Comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1.Estrategia de segmentación del mercado: La importancia en la estrategia de las organizaciones

2.Segmentación de mercados: Criterios de consumo e industriales. Condiciones para una segmentación eficiente

3.Cobertura del mercado: Estrategias

4.Segmentación de mercados: Técnicas a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE ESTRUCTURA COMPETITIVA Y DEMANDA

1.Primeros pasos

2.Concepto, factores condicionantes de la demanda y dimensiones del análisis de la demanda

3.Análisis de componentes y determinación del concepto de cuota de mercado de marca

4.Modelos explicativos: selección e intercambio de marca

5.Principales factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MERCADOS Y EL MARKETING: INVESTIGACIÓN

1.El sistema de información de marketing y sus componentes

2.Investigación de mercados: Concepto, objetivos y aplicaciones

3.Estudio de investigación de mercados: Metodología de realización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1.Definición de producto: atributos formales del producto

2.Diferenciación y de posicionamiento del producto: Estrategias

3.Etapas del desarrollo y diseño de nuevos productos

4.El producto y su ciclo de vida

5.La cartera de productos: Modelos de análisis

6.Estrategias de crecimiento para las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

1.Concepto, utilidades e importancia del canal de distribución

2.Función de cada uno de los componentes del canal de distribución

3.Longitud, factores condicionantes, e intensidad del diseño del canal de distribución:

4.Formas comerciales: clasificación

5.El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRECIOS

1.Introducción

2.Concepto e importancia del precio como instrumento de decisiones comerciales

3.Fijación de precios: Principales factores condicionantes

4.Fijación de precios: Procedimientos de fijación de precios y métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda

5.Fijación de precios: Estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1.Concepto e importancia de la comunicación comercial

2.Principales factores condicionantes en la estrategia y del mix de comunicación comercial

3.Venta personal, publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo de mix de comunicación comercial
4.Imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING
1.Concepto, utilidad y horizonte temporal: El plan de marketing:
2.Principales etapas del diseño del plan de marketing
3.Tipos de control en la ejecución y control del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROYECTO FINAL: CREACIÓN DEL PLAN DE MARKETING
1.Introducción

PARTE 5. JEFE DE COMPRAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA EMPRESA Y EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS O APROVISIONAMIENTO
1.Concepto y objetivos de la empresa
2.Elementos de la empresa
3.Funciones de la empresa
4.Clasificación de la empresa
5.Principios de organización empresarial
6.Organización interna de las empresas. Departamentos
7.Departamento comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL APROVISIONAMIENTO. CONCEPTO Y ESTRATEGIAS
1.Logística de aprovisionamiento
2.El proceso de aprovisionamiento
3.Métodos de aprovisionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PROCESO DE LAS COMPRAS EN RELACIÓN A LOS PROVEEDORES
1.Tipos de compras
2.Solicitud de información de los proveedores
3.Condiciones a negociar
4.Cláusulas. INCOTERMS
5.El envase y el embalaje

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DOCUMENTOS EN EL PROCESO DE COMPRAS
1.La carta comercial
2.El pedido
3.La recepción de mercancías y el albarán
4.El recibo
5.Facturas
6.Libros de registro de facturas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRESUPUESTOS DE COMPRAS
1.Valoración del presupuesto de compras
2.Constante de proporcionalidad K

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COSTES DEL PROCESO DE COMPRA
1.Tipos de costes
2.Criterios de distribución de costes
3.Cuenta de resultados de la empresa
UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTRATACIÓN MERCANTIL
1.El contrato mercantil
2.El contrato de compraventa mercantil
3.Compraventas mercantiles especiales
UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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.Deducción del impuesto
11.Gestión del impuesto
12.Regímenes especiales
UNIDAD DIDÁCTICA 9. MEDIOS DE PAGO
1.Cuestiones previas relativas a los medios de pago
2.Letra de cambio
3.Cheque
4.Pagaré
5.Transferencia bancaria
6.Tarjetas bancarias
7.Crédito documentario
8.Descuento de efectos comerciales
UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL DE EXISTENCIAS
1.Las existencias
2.La ficha de almacén
3.Métodos de valoración de existencias
4.El inventario
5.Indicadores de gestión
6.Sistemas de reposición
UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA CALIDAD EN EL PROCESO DE APROVISIONAMIENTO
1.Concepto de calidad

2.Importancia económica de la calidad
3.Aspectos comerciales de la calidad
4.El control de calidad
5.Plan de acción del control de la calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD. NORMA ISO 9001:2015

1.Aspectos introductorios
2.Introducción al contenido de la UNE-EN ISO 9001:2015
3.Etapas en el desarrollo, implantación y certificación de un SGC

PARTE 6. MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

1.Introducción
2.Concepto de Marketing Digital
3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
4.Ventajas del Marketing Digital
5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB

1.Compra de dominio y contratación de hosting
2.Instalación de Wordpress
3.Configuraciones iniciales
4.Themes
5.Personalización de Wordpress
6.Creación de Posts y Páginas
7.Gestión comentarios
8.Biblioteca Multimedia
9.Gestión de usuarios y roles
10.Herramientas útiles

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Auge del comercio online
2.Tipos de eCommerce
3.Atención al cliente
4.Embudos de conversión
5.Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB

1.Importancia del SEO
2.Funcionamiento de los buscadores
3.Google: algoritmos y actualizaciones

4.Cómo salir de una penalización en Google
5.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)
1.SEO local
2.SEO internacional
3.SEO para apps: ASO
4.SEO para Amazon Marketplace
5.SEO en Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO
1.Auditoria de indexabilidad
2.Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3.Monitorización de marca
4.Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5.Códigos de estado y Protocolo
6.Análisis Log
7.Análisis de la taxonomía web

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)
1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos de SEM
3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
4.Primer contacto con Google Ads
5.Creación de anuncios de calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS
1.Introducción
2.Tipo de Keywords
3.SEMrush
4.Sistrix
5.LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6.Herramientas gratuitas
7.Extensiones para Chrome

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)
1.¿Qué es el Inbound Marketing?
2.Marketing de Contenidos
3.Marketing viral
4.Video Marketing
5.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO
1.¿Qué es Black Hat SEO?

2.White Hat SEO
3.Riesgos del uso de Black Hat SEO
4.Técnicas Black Hat SEO
5.Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
6.Informe de Acciones manuales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online