

**Máster en Emprendimiento y Gestión de Nuevos Negocios + Titulación
Universitaria**



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Emprendimiento y Gestión de Nuevos Negocios + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
8 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Emprendimiento y Gestión de Nuevos Negocios con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Marketing y Ventas con 200 horas y 8 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

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

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes de la Junta de Andalucía y el aval de la UNED (Plan Propio de Grado)



Descripción

En la actualidad, para la creación y gestión de microempresas, resulta indispensable adquirir y dominar las competencias profesionales, tanto teóricas como prácticas, necesarias para así poder desenvolverse eficazmente dentro de su ámbito de actuación. Muchas de estas competencias pasan por la planificación e implementación de estrategias en diferentes áreas de negocio, gestión de personas, organización y control de los recursos materiales, etc. El Master en Emprendimiento y Gestión de Nuevos Negocios dotará al alumno de las competencias profesionales necesarias para realizar las gestiones administrativas y económico-financieras de pequeños negocios o microempresas.

Objetivos

El Máster en emprendimiento tiene los siguientes objetivos: - Analizar las acciones necesarias para la constitución y desarrollo de la actividad de pequeños negocios distinguiendo los organismos relacionados, sus trámites y documentación asociada. - Seleccionar las alternativas de financiación más ventajosas de entre las disponibles en el mercado calculando los costes de las mismas a través de aplicaciones ofimáticas e identificando los trámites a seguir de cada una de ellas. - Analizar los instrumentos y medios de cobro y pago más habituales en pequeños negocios seleccionando los mismos en función de sus características, de las necesidades y de posibles acuerdos, formalizando y tramitando la documentación correspondiente. - Aplicar los métodos más habituales de control de tesorería en pequeños negocios, realizando los cálculos necesarios a través de medios convencionales u ofimáticos y resolviendo las principales incidencias. - Aplicar la normativa contable, fiscal y laboral en la gestión habitual de pequeños negocios deduciendo las obligaciones periódicas exigidas. - Detectar oportunidades de negocio aplicando técnicas de creatividad o generación de ideas y analizando las ventajas competitivas, las capacidades del emprendedor, las circunstancias y variables del sector y del

entorno asociado a las ideas planteadas.

Para qué te prepara

Este Master en Emprendimiento y Gestión de Nuevos Negocios dirigido a las personas interesadas en la creación y gestión de microempresas en general y a las interesadas en planificación e indicativa emprendedora en pequeños negocios o microempresas en particular. Para aquellas personas que quieran desarrollar una actitud emprendedora y conocer oportunidades de negocio, interesadas en el proyecto y viabilidad del negocio o microempresa y en el marketing y plan de negocio de la microempresa. A todas las personas interesadas en formarse en este ámbito.

A quién va dirigido

El presente Master en Emprendimiento y Gestión de Nuevos Negocios dotará al alumnado de los conocimientos necesarios para realizar las gestiones administrativas y económico-financieras de pequeños negocios o microempresas.

Salidas laborales

Desarrolla su actividad profesional por cuenta propia, bien como trabajador autónomo o formando parte de una sociedad, en pequeños negocios o microempresas, emprendiendo e implantando nuevas áreas de negocio en el desarrollo de su actividad, pudiendo desempeñar las funciones que la legislación vigente establece en materia de prevención de riesgos laborales. Asimismo, puede desempeñar su trabajo por cuenta ajena en gestorías y asesorías realizando funciones de asesoramiento y gestión administrativa, financiera y laboral de pequeños negocios o microempresas.

TEMARIO

PARTE 1. MARKETING Y PLAN DE NEGOCIOS DE LA MICROEMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Planificación de marketing
2. Determinación de la cartera de productos
3. Gestión estratégica de precios
4. Canales de comercialización
5. Comunicación e imagen de negocio
6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio
2. Previsión y planificación económica
3. La búsqueda de financiación
4. Presentación del plan de negocio y sus fases
5. Instrumentos de edición y presentación de la información
6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros

PARTE 2. PUESTA EN MARCHA Y FINANCIACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Tramites de constitucion segun la forma juridica
 1. - El Profesional Autonomo
 2. - La Sociedad Unipersonal
 3. - La Sociedad Civil
 4. - La Comunidad de Bienes
 5. - La Sociedad Limitada
 6. - La Sociedad Anonima
 7. - La Sociedad Limitada Laboral
 8. - La Sociedad Anonima Laboral
 9. - La Cooperativa
2. La Seguridad Social:
 1. - Tramites segun regimen aplicable
3. Organismos publicos relacionados con la constitucion, puesta en marcha y modificacion de las circunstancias juridicas de pequenos negocios o microempresas
 1. - Funciones de los organismos
 2. - Documentacion a presentar
 3. - Formas de tramitacion, general y especifica, exigida en cada caso concreto
 4. - Los plazos y formas de presentacion de documentos
 5. - La Ventanilla Unica Empresarial
 6. - Las oficinas virtuales

4. Los registros de propiedad y sus funciones
 1. - Tipos de registro
 2. - Documentacion
 3. - Tramitacion
 4. - Normativa aplicable
5. Los seguros de responsabilidad civil en pequenos negocios o microempresas
 1. - Caracteristicas y tipologia de los contratos del seguro de responsabilidad civil
 2. - La valoracion y cobertura del riesgo
 3. - Efectos de la poliza de responsabilidad civil frente a terceros

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Productos de financiación ajena para pequenos negocios
 1. - Ventajas e inconvenientes
 2. - Los prestamos
 3. - El credito comercial
 4. - El credito bancario
 5. - Operaciones de leasing
 6. - El Renting
 7. - El factoring (cesion de facturas)
 8. - El forfaiting (cesion de pagares y letras de cambio)
 9. - Los descuentos comerciales bancarios
 10. - Los creditos oficiales
 11. - Otros
2. Otras formas de financiación de ambito local, autonomico y nacional para pequenos negocios o microempresas
 1. - Los subsidios para empresas
 2. - Los programas de Ayuda
 3. - Subvenciones
 4. - Organismos, documentacion, tramitacion y plazos

PARTE 3. GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Legislación mercantil basica:
 1. - Documentos fisicos de cobro y pago: contenido, caracteristicas y ventajas
 2. - Instrumentos de pago y costes de financiación en su caso
 3. - La letra de cambio y el pagare. Diferencias
 4. - El pago al contado y descuentos por pronto pago
 5. - El pago aplazado con intereses
 6. - La transferencia bancaria
 7. - Pago contrarreembolso o a la recepción de mercancía, producto o servicio
 8. - Medios de pago telemáticos
 9. - Otras formas de pago
2. La gestión de cobros en pequenos negocios o microempresas:
 1. - Seguimiento y control de facturas y gestión de cobros
 2. - Cobros y pagos ante la Administracion
 3. - Métodos de compensación de cobros

3. Formulas de reclamación de impagados:
 1. - Acciones judiciales con impagados
 2. - Las soluciones extrajudiciales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE TESORERÍA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Ejecución del presupuesto de tesorería y métodos de control:
 1. - El calendario de cobros y pagos
 2. - Control de los flujos de tesorería
 3. - Desviaciones del presupuesto de tesorería
2. Técnicas para la detección de desviaciones:
 1. - Causa, naturaleza y efectos de las desviaciones
 2. - El ajuste de las desviaciones del presupuesto de tesorería
 3. - Clases de ajustes
3. Aplicaciones informáticas y ofimáticas en la gestión de tesorería:
 1. - Aplicaciones específicas para la gestión de tesorería
 2. - Prestaciones de las aplicaciones ofimáticas en la gestión de cobros y pagos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Obligaciones contables en función de la forma jurídica
 1. - Naturaleza, funciones y principios del Plan General de Contabilidad
 2. - Conceptos básicos: método de partida doble, debe y haber, activo y pasivo, ingresos y gastos
 3. - El registro contable de las operaciones
 4. - Las cuentas anuales en pequeños negocios: tipos, modalidades y estructura
2. La gestión fiscal en pequeños negocios
 1. - El calendario fiscal
 2. - Las declaraciones tributarias de pequeños negocios y microempresas
 3. - Cumplimentación de documentos y plazos de presentación
3. Obligaciones de carácter laboral
 1. - El Servicio Publico de Empleo Estatal y la contratación laboral
 2. - La Tesorería General de la Seguridad Social: inscripción, afiliación, altas, bajas, variaciones y cotizaciones
4. Aplicaciones informáticas y ofimáticas de gestión contable, fiscal y laboral
 1. - Paquetes integrados de gestión para pequeños negocios o microempresas
 2. - El tratamiento de textos en la elaboración de escritos
 3. - La hoja de calculo en la elaboración de nominas
 4. - La base de datos en la gestión de personal
 5. - Aplicaciones de gestión contable y fiscal

PARTE 4. ACTITUD EMPRENDEDORA Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1. Evaluacion 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. - Concepto
 2. - Desarrollo de capacidades personales para el emprendizaje
 3. - La Red personal y social

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE PEQUEÑO NEGOCIO O MICROEMPRESA

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
 1. - Utilidad y limitaciones
 2. - Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades
 3. - Elaboración del DAFO
 4. - Interpretación del DAFO
3. Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa
 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
 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
 4. - Visión del negocio
5. Plan de acción
 1. - Previsión de necesidades de inversión
 2. - La diferenciación del producto
 3. - Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles
 4. - Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos

PARTE 5. MARKETING Y VENTAS

MÓDULO 1. MARCO ESTRATÉGICO COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDICADORES MICROECONÓMICOS Y MACROECONÓMICOS PARA LA VENTA

1. Ley de la oferta y demanda
2. El precio y la elasticidad de la demanda
3. Indicadores económicos
4. Economía monetaria: Dinero e inflación
5. Crecimiento económico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general (PEST/EL)
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Amenaza de entrada de nuevos competidores
6. Amenaza de productos sustitutivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS

1. Los distintos enfoques de ventas
2. Venta tradicional
3. Venta consultora
4. Venta estratégica
5. Venta asociativa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las organizaciones
2. El mercado: concepto y delimitación
3. El mercado de bienes de consumo
4. El mercado industrial
5. El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado

4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

MÓDULO 2. ESTRATEGIA Y PLAN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS DE VENTAS

1. Venta directa
2. Venta a distancia
3. Venta multinivel
4. Venta personal
5. Otros tipos de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PLATAFORMA COMERCIAL. RELACIONES PROVEEDORES-CLIENTES

1. Contextualización de las relaciones fabricantes-distribuidores
2. Técnicas de negociación con proveedores
3. Red de proveedores y clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE VENTAS. PREVISIÓN DE CUOTAS Y VENTAS

1. Métodos de previsión y utilidad
2. Análisis geográfico de las zonas de ventas
3. Fijación de objetivos
4. Diferencias entre objetivos y previsiones
5. Cuotas de actividad
6. Cuotas de participación
7. Cuotas económicas y financieras
8. Estacionalidad
9. El plan de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

1. Análisis de la sensibilidad del precio
2. Discriminación de precios
3. Estrategias de precio
4. Políticas de descuento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización
2. Conceptos de fidelización
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización de clienteS
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EXPERIENCE CUSTOMER

1. Cómo monitorizar la experiencia del cliente
2. Métricas de satisfacción y experiencia del cliente
3. Generando valor añadido a cada cliente

4. Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. KEY ACCOUNT MANAGER

1. El rol del KAM
2. Tipos de estrategias segmentadas por cliente
3. Creación de relaciones duraderas (fidelización)
4. Negoción de grandes cuentas y clientes potenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PUNTO DE VENTA

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Zonas y puntos de venta fríos y calientes
7. Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA

1. Proceso de planificación de la empresa
2. Estructura del control
3. Organización del proceso presupuestario
4. Ejercicio resuelto. Dossier de seguimiento presupuestario

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL PRESUPUESTARIO

1. El control presupuestario: introducción
2. Seguimiento y control del presupuesto de explotación
3. Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
4. Seguimiento y control del presupuesto de tesorería
5. Ejercicio resuelto. Desviaciones en ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CREACIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES COMPETITIVOS

1. Técnicas básicas de selección de personal
2. La heterogeneidad del grupo
3. Diferentes tipos de equipo
4. Estrategias de cohesión y comunicación en el equipo
5. Determinación de roles dentro del equipo de ventas

