

Máster en Emprendimiento y Gestión Empresarial + 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 Empresarial + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
8 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Emprendimiento y Gestión Empresarial 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 de Curso Superior Universitario en Derecho Mercantil con 200 horas y 8 créditos ECTS por la Universidad Católica de Murcia



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/XXXXXXX-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 Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)



Descripción

El Máster en Emprendimiento y Gestión Empresarial se posiciona como una herramienta indispensable para quienes desean liderar en el dinámico mundo empresarial. En un entorno donde la innovación y la capacidad de adaptación son cruciales, este programa te ofrece las habilidades necesarias para identificar oportunidades y transformar ideas en negocios rentables. A través de módulos especializados, aprenderás a elaborar planes de negocio, dominarás las estrategias de marketing y comprenderás la planificación económico-financiera, esenciales para garantizar la rentabilidad y viabilidad de tu proyecto. Además, profundizarás en el derecho mercantil y la contabilidad de sociedades, obteniendo un conocimiento integral de la gestión empresarial. La posibilidad de estudiar online te permite compaginar tus estudios con otras responsabilidades, haciendo de este máster una opción flexible y accesible. Potencia tu perfil profesional y prepárate para liderar con éxito en un sector en constante crecimiento.

Objetivos

- Desarrollar habilidades emprendedoras para identificar oportunidades de negocio innovadoras. -
- Analizar el entorno económico para prever tendencias y ajustar estrategias empresariales. -
- Implementar estrategias de marketing que maximicen el impacto en el mercado objetivo. -
- Diseñar planes económico-financieros que aseguren la viabilidad de proyectos empresariales. -
- Optimizar la gestión de recursos humanos y materiales para mejorar la productividad. -
- Evaluar la rentabilidad de negocios para tomar decisiones informadas sobre inversiones. -
- Aplicar conocimientos de derecho mercantil para constituir y gestionar sociedades eficientemente.

Para qué te prepara

El Máster en Emprendimiento y Gestión Empresarial está diseñado para profesionales y titulados con experiencia en sectores empresariales que buscan perfeccionar sus habilidades estratégicas y ampliar sus conocimientos en áreas como la creación de empresas, derecho mercantil, contabilidad, dirección estratégica y logística. Ideal para quienes aspiran a liderar proyectos innovadores y gestionar operaciones empresariales complejas.

A quién va dirigido

El Máster en Emprendimiento y Gestión Empresarial te prepara para emprender con confianza, gestionando eficazmente empresas mediante el análisis de oportunidades, estrategias de marketing, y planificación económico-financiera. Adquirirás habilidades para evaluar la viabilidad de negocios, optimizar recursos, y liderar equipos. Aprenderás sobre derecho mercantil, contabilidad, dirección estratégica, operaciones y logística, permitiéndote desarrollar y ejecutar planes de negocio sólidos y efectivos.

Salidas laborales

'- Consultor en creación y gestión de empresas - Analista de oportunidades de negocio - Director de marketing estratégico - Planificador económico-financiero - Gerente de recursos empresariales - Asesor jurídico en constitución de sociedades - Experto en contabilidad de sociedades - Director financiero - Responsable de logística empresarial - Investigador de mercados y comportamiento del consumidor

TEMARIO

MÓDULO 1. CREACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE EMPRESA

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio
 1. - Necesidades y tendencias
 2. - Fuentes de búsqueda
 3. - La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades
 4. - Técnicas de creatividad en la generación de ideas
 5. - Los mapas mentales
 6. - Técnica de Edward de Bono (seis sombreros)
 7. - El pensamiento irradiante
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
3. Análisis del entorno de la empresa
 1. - Elección de las fuentes de información
 2. - La segmentación del mercado
 3. - La descentralización productiva como estrategia de racionalización
 4. - La externalización de servicios: "Outsourcing"
 5. - Clientes potenciales
 6. - Canales de distribución
 7. - Proveedores
 8. - Competencia
 9. - Barreras de entrada
4. Análisis de decisiones previas
 1. - Objetivos y metas
 2. - Misión del negocio
 3. - Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros
5. Plan de acción
 1. - Previsión de necesidades de inversión
 2. - La diferenciación el producto

3. - Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles
4. - Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos
5. - Ejercicio Resuelto: Pasos necesarios para un Plan de Acción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EMPRESAS

1. Planificación y marketing
 1. - Fundamentos de marketing
 2. - Variables del marketing-mix
2. Determinación de la cartera de productos
 1. - Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsible
 2. - Atributos comerciales: la marca, el envase y el embalaje
 3. - Sistemas de producción
 4. - Ciclo de vida del producto
3. Gestión estratégica de precios
 1. - Objetivos de la política de precios del producto o servicio
 2. - Estrategias y métodos para la fijación de precios
4. Canales de comercialización
 1. - Formas comerciales con establecimiento y contacto personal
 2. - Formas comerciales con establecimiento y contacto a distancia
 3. - Formas comerciales sin establecimiento y con contacto personal
 4. - Formas comerciales sin establecimiento y sin contacto personal
5. Comunicación e imagen de negocio
 1. - Público objetivo y diferenciación del producto
 2. - Entorno competitivo y misión de la empresa
 3. - Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto
 4. - Coordinación y control de la campaña publicitaria
 5. - Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio
 6. - Elección del tipo de soporte
6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes
 1. - Los clientes y su satisfacción
 2. - Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia
 3. - Medición del grado de satisfacción del cliente
 4. - El perfil del cliente satisfecho

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

1. Características y funciones de los presupuestos
 1. - De inversiones
 2. - Operativo
 3. - De ventas
 4. - De compras y aprovisionamiento
2. El presupuesto financiero
 1. - Principales fuentes de financiación
 2. - Criterios de selección
3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O EMPRESA

1. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
 1. - Cálculo e interpretación de ratios
2. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa
 1. - Equilibrio total
 2. - Equilibrio normal o estabilidad financiera
 3. - Situación de insolvencia
 4. - Punto de equilibrio financiero
3. Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR
 1. - El Valor Actual Neto (VAN)
 2. - Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)
 3. - Interpretación y cálculo
4. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero
 1. - La hoja de cálculo, aplicada a los presupuestos y estados financieros previsionales
5. Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE UNA EMPRESA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio
 1. - Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial
 2. - Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto
 3. - Identificación de barreras de entrada y salida
2. Previsión y planificación económica
 1. - Definición de una estrategia viable
3. La búsqueda de financiación
 1. - Materialización de la idea de negocio en una realidad

4. Presentación del plan de negocio y sus fases
 1. - Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategias de comercialización
 2. - Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio
 3. - Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible
 4. - Análisis de los ingresos y gastos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible
 5. - Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio
5. Instrumentos de edición y presentación de la información
 1. - Aspectos formales del documento
 2. - Elección del tipo de soporte de la información
6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros
 1. - Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa
 2. - Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio
7. Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

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

1. Trámites de constitución según la forma jurídica
 1. - El profesional autónomo
 2. - La sociedad unipersonal
 3. - La sociedad civil
 4. - La comunidad de bienes
 5. - Las sociedades mercantiles
 6. - Sociedades Laborales
 7. - La Sociedad Cooperativa
2. La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores
 1. - Trámites según régimen aplicable
3. Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas
4. Los registros de propiedad y sus funciones
 1. - La organización del registro
 2. - Procedimiento registral
5. Los seguros de responsabilidad civil en empresas
6. Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE

MÓDULO 2. DERECHO MERCANTIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS SOCIEDADES MERCANTILES

1. Concepto y características de las sociedades mercantiles
2. El Empresario individual
3. Normas reguladoras del Derecho Mercantil
4. Clases de Sociedades por su objeto social
 1. - Sociedad civil
 2. - Sociedad Mercantil
5. Contrato de Sociedad mercantil
6. Constitución de la Sociedad
7. Personalidad jurídica

8. Nulidad de sociedades
9. Nacionalidad de las sociedades
10. Establecimientos mercantiles
11. Aspectos fiscales y laborales de las sociedades mercantiles

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

1. Aproximación a las Sociedades de responsabilidad limitada
2. Requisitos de constitución
3. Participaciones sociales
4. Órganos sociales: Junta y Administradores
5. Cuentas anuales
6. Modificaciones sociales
7. Modificaciones estructurales
8. Separación y exclusión de socios
9. Disolución, liquidación y extinción de la Sociedad
10. Sociedad unipersonal (SLU)
11. Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE)
12. Ejercicio resuelto: Sociedad de responsabilidad limitada

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIEDADES ESPECIALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGISTRO MERCANTIL

1. Aproximación al Registro Mercantil
2. Organización y funciones
 1. - Organización
 2. - Funciones
3. Principios de funcionamiento del Registro Mercantil
4. Registro mercantil territorial y central

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHO CONCURSAL

1. Declaración de Concurso
2. Legitimación para la declaración de Concurso
3. Solicitud de concurso
 1. - Concurso voluntario
 2. - Concurso necesario
4. Competencia judicial para conocer los concursos
5. Auto de declaración de concurso
6. Acumulación de concursos
7. Administración concursal
 1. - Características de la administración concursal
 2. - Composición de la administración concursal
 3. - Nombramiento y aceptación de la administración concursal

4. - Ejercicio de la administración concursal
5. - Responsabilidad de los administración concursal
6. - Informe de la administración concursal
8. Efectos de la declaración de concurso sobre el deudor persona física
9. Efectos de la declaración de concurso sobre el deudor persona jurídica
10. Efectos de la declaración de concurso sobre los acreedores
11. Masa activa
12. Masa pasiva
13. Convenio concursal
14. Aprobación judicial del convenio
15. Liquidación y pago a los acreedores

MÓDULO 3. CONTABILIDAD DE SOCIEDADES MERCANTILES Y OTRAS ENTIDADES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Contabilidad de la Sociedad Anónima (I)

1. Introducción a las sociedades mercantiles
 1. - Criterios para ser considerada Pyme y Microempresa
 2. - Concepto de Sociedad Mercantil y clases
2. Contabilidad de la Sociedad Anónima
 1. - Aspectos generales de la S.A.
3. Constitución de la Sociedad Anónima
 1. - Procedimientos de fundación
 2. - Fundación simultánea
 3. - Fundación Sucesiva
 4. - Aportaciones no dinerarias
4. Ampliaciones de capital de la Sociedad Anónima
 1. - Tratamiento de la prima de emisión y el derecho de suscripción preferente
 2. - Procedimientos de ampliación de capital
 3. - Ampliaciones de capital por nuevas aportaciones
 4. - Ampliaciones de capital por capitalización de fondos no distribuidos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Contabilidad de la Sociedad Anónima (II)

1. Reducciones de capital de la Sociedad Anónima
 1. - Aspectos Legales
 2. - Reducción por devolución de aportaciones
 3. - Reducción por condonación de dividendos
 4. - Reducción por saneamiento de pérdidas
 5. - Reducción por constitución o aumento de reservas
 6. - Reducción y aumentos de capital simultáneos. Operación acordeón
2. Disolución y Liquidación de la Sociedad Anónima
 1. - Aspectos legales y causa de la liquidación
 2. - Periodo de liquidación
 3. - Reflejo contable del proceso disolutorio
3. Ejercicios resueltos. Accionistas Morosos
 1. - Ejercicio Resuelto. Reclamación al socio para el desembolso fuera de plazo
 2. - Ejercicio Resuelto. Venta de las acciones del socio moroso
 3. - Ejercicio Resuelto. Amortización de las acciones del socio moroso

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Contabilidad de otras Sociedades Mercantiles: SL, SLNE, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria y Empresario Individual

1. Contabilidad de la Sociedad Limitada
 1. - Aspectos generales de la S.L.
 2. - Constitución de la S.L.
 3. - Aumentos de capital
 4. - Reducción de capital
 5. - Distribución de beneficios
2. Contabilidad de la Sociedad Limitada Nueva Empresa
 1. - Aspectos generales
 2. - Constitución
 3. - Contabilidad
3. Contabilidad de la Sociedad Colectiva
 1. - Aspectos Generales
 2. - Constitución
 3. - Aplicación del resultado
 4. - Separación de socios
4. Contabilidad de la Sociedad Comanditaria
 1. - Constitución
5. Contabilidad del Empresario Individual
 1. - Aspectos Generales: ventajas e inconvenientes
 2. - Obligaciones contables y registrales
 3. - Constitución
 4. - Impuesto sobre beneficios
 5. - Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Contabilidad de las Cooperativas

1. Introducción. Conceptos teóricos sobre Sociedades Cooperativas
 1. - Clasificación de las sociedades cooperativas
2. Constitución de las Sociedades Cooperativas
3. Reembolso de las aportaciones
4. Fondos de reserva
 1. - Fondo de Reserva obligatorio
 2. - Fondo de educación y promoción
 3. - Fondo de reserva voluntario
5. Distribución de resultados
 1. - Compensación de pérdidas
6. Ejercicios resueltos. Fondo de Reserva Obligatorio
 1. - Ejercicio Resuelto. Dotación con cargo a resultados
 2. - Ejercicio Resuelto. Dotación con cargo a cuentas de ingreso
 3. - Ejercicio Resuelto. Dotación por bajas o expulsiones de los socios
7. Ejercicio resuelto. Fondo de Educación, Formación y Promoción

UNIDAD DIDÁCTICA 5. Contabilidad de las Sucursales

1. Introducción. Conceptos teóricos
 1. - Definición de sucursal

2. Aspectos contables de las principales operaciones
 1. - Sistema centralizado
 2. - Sistema descentralizado
 3. - Sistemas intermedios
3. Ejercicio Resuelto. Contrato de sucursales con sistema centralizado y mercaderías remitidas a precio de transferencia
4. Ejercicio Resuelto. Contrato de sucursales con sistema descentralizado y mercaderías remitidas a precio de transferencia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. Concurso de Acreedores

1. Introducción. Los riesgos en la empresa
2. El desequilibrio financiero
 1. - Equilibrio financieros a c/p. La liquidez
 2. - Equilibrio financiero a l/p. La solvencia
 3. - Situaciones de desequilibrio
3. Solución extrajudicial
 1. - Posibles soluciones antes de llegar al concurso
4. Procedimiento Concursal
 1. - Presupuestos del concurso
 2. - Clases de concurso
 3. - La Administración Concursal
 4. - El informe
 5. - Efectos de la declaración de concurso
 6. - Masa activa y Masa pasiva
5. Convenio y liquidación del concurso
 1. - Convenio
 2. - Liquidación
6. Aspectos Contables del concurso si hay convenio
 1. - Tratamiento contable y fiscal de la deuda de una empresa concursada
 2. - Contabilidad si se ha producido una modificación sustancial de las condiciones de la deuda
 3. - Contabilidad si no se ha producido una modificación sustancial de las condiciones de la deuda
 4. - Ejercicio Resuelto. Efectos contables del concurso
 5. - Tratamiento contable y fiscal de la quita para el acreedor
7. Aspectos Contables del concurso si hay liquidación
8. Ejercicio Resuelto. Contabilidad del Concurso de Acreedores

UNIDAD DIDÁCTICA 7. UTES, Comunidad de Bienes y Agrupaciones de Interés Económico

1. Introducción. Conceptos básicos
2. Negocios conjuntos
3. UTES
 1. - Contabilidad de la UTE
 2. - Contabilidad del partícipes
4. Ejercicio Resuelto. Cuentas Anuales UTES
5. Comunidades de bienes (CB)
 1. - Contabilidad de la comunidad de bienes

6. Agrupaciones de interés económico (A.I.E.)

1. - Contabilidad de la agrupación de interés económico
2. - Contabilidad de los socios de la AIE

UNIDAD DIDÁCTICA 8. Negocios en Comisión

1. Introducción. Conceptos básicos

1. - Comisión de venta en nombre propio
2. - Comisión de compra en nombre propio
3. - Comisión de venta en nombre ajeno
4. - Comisión de compra en nombre ajeno

2. Contabilidad de las Operaciones

1. - Comisión de venta en nombre propio
2. - Comisión de compra en nombre propio
3. - Comisión de venta en nombre ajeno
4. - Comisión de compra en nombre ajeno

MÓDULO 4. 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 5. 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 6. 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 Benchmarking 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

MÓDULO 7. LOGÍSTICA EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOGÍSTICA EMPRESARIAL

1. Introducción a la logística
2. El flujo de bienes y servicios
3. Servicio al cliente y logística
4. Logística, integración y estrategia
5. El sistema logístico
6. Internacionalización de la empresa
7. Optimización de la corriente de bienes y servicios
8. Documentación de la logística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALMACÉN EN LA CADENA LOGÍSTICA

1. El almacén en la cadena logística: Introducción
2. Funciones del almacén
3. Principales áreas del almacén

4. Tipos de almacenes
5. Regímenes de almacenamiento comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. APROVISIONAMIENTO COMERCIAL

1. Logística de aprovisionamiento
2. El proceso de aprovisionamiento
3. Métodos de aprovisionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS MERCANCÍAS

1. Las mercancías: características
2. Envasados usuales
3. Selección, clasificación y manipulación de las mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTRADA DE MERCANCÍAS

1. Entrada de la mercancía
2. Etiquetado e identificación de mercancías
3. Tratamiento por rotura o desperfectos de las mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRUCTURA DEL ALMACÉN

1. Función de almacenaje
2. Métodos de asignación de zonas de almacenaje
3. Separación o clasificación de los paquetes
4. Almacenamiento de productos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRATAMIENTO DE LAS MERCANCÍAS PARA SU EXPEDICIÓN

1. El tratamiento de las mercancías para su expedición: Introducción
2. Salida de las mercancías
3. El muelle de carga

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA CARGA Y EL TRANSPORTE

1. Carga del elemento de transporte: Introducción
2. Métodos de carga en los muelles
3. La carga del vehículo
4. Precintado del vehículo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SOSTENIMIENTO BÁSICO DEL ALMACÉN

1. Sostenimiento del almacén: Introducción
2. Productos utilizados para la limpieza y desinfección del almacén
3. Limpieza y desinfección del almacén
4. Limpieza y desinfección de equipos y maquinaria utilizados

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL CASO MERCADONA: EL GIGANTE LOGÍSTICO

1. Mercadona: el gigante logístico
2. Proveedores
3. Centros logísticos
4. Supermercados
5. Clientes
6. Transporte
7. Productos

MÓDULO 8. 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

