

**Máster en Innovación Social + 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 Innovación Social + Titulación universitaria



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
8 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Innovación Social 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 Fiscalidad para Autónomos y Pymes con 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/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 Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)



## Descripción

El Máster en Innovación Social es tu puerta de entrada a un sector en pleno auge, donde la demanda de profesionales capaces de liderar cambios significativos es más alta que nunca. En un mundo donde la responsabilidad social corporativa y la creación de empresas sostenibles son fundamentales, este máster te dota de las herramientas necesarias para destacar. Aprenderás sobre la creación de empresas, desde la identificación de oportunidades hasta la planificación económico-financiera, y te sumergirás en la responsabilidad social de entidades sin ánimo de lucro, adquiriendo habilidades para gestionar la transparencia y la ética. Además, te formarás en dirección estratégica, liderazgo y marketing, claves para transformar ideas innovadoras en realidades empresariales exitosas. Estudiarás fiscalidad y contabilidad, esenciales para la viabilidad de proyectos. Este máster online te ofrece la flexibilidad de aprender a tu ritmo, sin comprometer la calidad de la formación, preparándote para ser un agente de cambio en cualquier organización.

## Objetivos

- Desarrollar habilidades para identificar oportunidades emprendedoras. - Aplicar estrategias de marketing efectivas en proyectos sociales. - Diseñar planes financieros previsionales para asegurar la viabilidad económica. - Implementar principios de responsabilidad social en organizaciones sin ánimo de lucro. - Analizar el impacto de las políticas fiscales en pymes y autónomos. - Optimizar la gestión de recursos humanos y liderazgo en equipos variados. - Evaluar la protección legal de know-how y propiedad intelectual en mercados digitales.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Innovación Social está dirigido a profesionales y titulados del sector empresarial y organizaciones sin ánimo de lucro que buscan profundizar en la creación de empresas, estrategias de marketing y responsabilidad social. Ideal para quienes desean liderar proyectos innovadores, gestionar recursos eficientemente y aplicar normas de fiscalidad en un contexto de transformación social.

## A quién va dirigido

---

El Máster en Innovación Social te prepara para transformar ideas en realidades empresariales sostenibles. Desarrollarás una mentalidad emprendedora y habilidades para analizar oportunidades, elaborar planes de negocio y gestionar recursos económicos y humanos. Aprenderás a implementar estrategias de marketing y responsabilidad social en ONG's, además de comprender la fiscalidad de autónomos y PYMES. Fortalecerás tu liderazgo y capacidad para dirigir equipos, mientras exploras la protección de propiedad intelectual y las dinámicas del mercado digital global.

## Salidas laborales

---

'- Consultor en innovación social - Gestor de proyectos en ONG - Coordinador de responsabilidad social corporativa - Analista de impacto social - Emprendedor social - Director de sostenibilidad - Especialista en marketing social - Asesor en planificación estratégica - Responsable de comunicación en entidades sin ánimo de lucro - Líder de equipos de innovación social

## 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. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO: ONG'S

### UNIDAD FORMATIVA 1. TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO: ONG

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. RAZÓN ÉTICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. Tendencias actuales de la ética empresarial
2. Principios y valores de la ética
3. Ética y comportamiento humano
4. El marco ético de la Responsabilidad Social Corporativa
  1. - Antecedentes históricos de la RSC
  2. - Construcción de una empresa socialmente responsable

5. ¿Qué elementos debe contener la RSC?
6. ¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de la PYME
7. Análisis de la RSC en España
8. La RSC en materia de derechos laborales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS EN LA EMPRESA

1. Relaciones de la empresa con los grupos de interés
2. Concepto y Tipología de los "stakeholders"
3. Herramientas de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA TRANSPARENCIA DE LA RSC

1. Códigos éticos de Conducta
2. El Código Ético Empresarial
3. Los Comités Éticos y de RSC
4. Informes de RSC
5. Memorias de Sostenibilidad según el GRI
6. Otros informes y certificaciones privadas
7. Auditorías éticas y de RSC
8. El diseño de un programa de actuación de RSC
9. Ejercicios resueltos. Buenas Prácticas en la Empresa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CÓDIGO ÉTICO DE LA CONGDE

1. El Código Ético de la CONGDE
  1. - Campos de trabajo de las ONGD
  2. - Criterios generales de relación de las ONGD
  3. - Aplicación y difusión
  4. - Cumplimiento del código

#### UNIDAD FORMATIVA 2. ACTUACIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO: ONG

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INSTRUMENTOS Y ESTADO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA A NIVEL EUROPEO

1. Instrumentos de RSC a nivel europeo
  1. - La Carta de Copenhague
  2. - El Libro Verde de la Comisión Europea
2. Antecedentes de la RSC en la Unión Europea
3. Estado de la RSC a nivel europeo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LA RSC A NIVEL INTERNACIONAL

1. La RSC en materia de Derechos humanos
2. La RSC en materia de Derechos laborales
  1. - Los Convenios de la OIT
  2. - Nuevas tendencias en la gestión de RRHH
  3. - Normas Internacionales sobre RSC en materia laboral

3. La RSC en materia medioambiental
  1. - La ISO 14000 relacionada con la RSC
  2. - La Etiqueta Ecológica Europea
  3. - La Certificación Forestal FSC
  4. - Los Principios CERES
4. La RSC en el ámbito de la Protección de Datos a nivel internacional
  1. - La regulación jurídico-internacional del movimiento internacional de datos
  2. - El Movimiento Internacional de Datos en la LOPD (Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal)
  3. - El Movimiento Internacional de Datos según la LOPD
5. Otras Normas e Iniciativas Internacionales sobre RSC
  1. - Líneas Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE
  2. - Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT
  3. - Declaración de Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de la OIT
  4. - ISO CR MSS de Responsabilidad Social Corporativa
  5. - AA 1000 (AccountAbility) de Responsabilidad Social Corporativa
  6. - Comercio Ético y Comercio Justo
  7. - Los Principios Caux de Responsabilidad Social Corporativa
  8. - Los Principios Global Sullivan de Responsabilidad Social Corporativa
  9. - SI 10000 Social Responsibility and Community Involvement
  10. - Problemática con la fiscalidad
6. Ventajas prácticas de la aplicación de la RSC en la empresa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LA RSC A NIVEL NACIONAL

1. La RSC a nivel nacional: normas, códigos de conducta y planteamientos éticos
2. La RSC en el ámbito de los Derechos Humanos
  1. - Creación de Global Compact y ASEPAM (Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas)
  2. - Estructura organizativa de ASEPAM
  3. - Los Diez Principios del Pacto Mundial
  4. - Las actividades de ASEPAM
3. La RSC en el ámbito de los Derechos Laborales
4. La RSC en el ámbito de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres
  1. - Igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral
  2. - Igualdad y conciliación
  3. - Los planes de igualdad
  4. - Distintivo empresarial en materia de igualdad
  5. - La igualdad en la responsabilidad social de las empresas
  6. - Comisión Interministerial de Igualdad entre mujeres y hombres
5. La RSC en el ámbito de la protección de datos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA NORMATIVA ISO 26000

1. Introducción: 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
  1. - Consumidores
  2. - Gobierno
  3. - Industria
  4. - Trabajadores
  5. - ONG
  6. - Servicios, apoyo, investigación y otros
8. Actuaciones respecto a la Norma ISO 26000
  1. - Rasgos de una organización en relación con la RS
  2. - La Responsabilidad Social de una organización
  3. - Integrar las RS en toda la organización
  4. - Comunicación sobre RS
  5. - La credibilidad en materia de RS
  6. - Seguimiento y mejora continua de las acciones y prácticas de RS
  7. - Iniciativas voluntarias de RS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. MODELO RS10

1. La RS10: Introducción
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

#### UNIDAD FORMATIVA 3. COMUNICACIÓN DE LA RSC EN ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO: ONG

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MUNDO DEL MARKETING, LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

1. Introducción: Mercadotecnia social
2. Características del Marketing Social
3. La Responsabilidad Social y la ética en el Marketing
4. Tipos de Marketing Social
5. Marketing social y Responsabilidad Social
6. La ampliación del concepto de marketing
7. Plan de Marketing Social
8. Resultados de la empresa con programas de Marketing Social Corporativo
  1. - Ejemplo de prácticas de programas de Marketing Social Corporativo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING SOCIAL CORPORATIVO EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA

1. Antecedentes, causas, definición y elementos en discordia en la sociedad española
2. La controversia: el objetivo de un verdadero Marketing Social Corporativo
3. Análisis de la controversia
4. Actualidad sobre la RSC en España

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA CREACIÓN DE VALOR EN UNA ORGANIZACIÓN

1. La creación de valor
2. La fidelización, un valor añadido para los clientes
3. La fidelización del cliente interno o empleado
4. La creación de valor para el accionista
5. La Ética empresarial como creación de valor

### MÓDULO 3. 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 4. FISCALIDAD PARA AUTONOMOS Y PYMES

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

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

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

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

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

1. Concepto y ámbito de aplicación del método de estimación directa
2. Determinación del rendimiento neto
  1. - Ingresos íntegros computables
  2. - Gastos fiscalmente deducibles
  3. - Amortizaciones: dotaciones del ejercicio fiscalmente deducibles
3. Incentivos fiscales aplicables a empresas de reducida dimensión
  1. - Libertad de amortización para inversiones generadoras de empleo
  2. - Libertad de amortización para inversiones de escaso valor
  3. - Amortización acelerada de elementos nuevos del inmovilizado material y de las inversiones inmobiliarias y del inmovilizado intangible
  4. - Pérdidas por deterioro de créditos por posibles insolvencias de deudores
  5. - Amortización acelerada de elementos patrimoniales objeto de reinversión
4. Determinación del rendimiento neto reducido
  1. - Rendimientos con período de generación superior a dos años u obtenidos de forma notoriamente irregular
5. Determinación del rendimiento neto reducido total
6. Tratamiento de las ganancias o pérdidas patrimoniales derivadas de elementos afectos al ejercicio de actividades económicas

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

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

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

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

2. - Fase 2ª. Determinación del rendimiento neto minorado
  3. - Fase 3ª: determinación del rendimiento neto de módulos
  4. - Fase 4ª: determinación del rendimiento neto de la actividad
  5. - Fase 5ª: determinación del rendimiento neto reducido de la actividad
4. Determinación del rendimiento neto reducido total

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

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

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

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. OTRAS OBLIGACIONES Y TRIBUTOS

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

#### MÓDULO 5. CONTABILIDAD Y FISCALIDAD DE ENTIDADES SIN FINES LUCRATIVOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS ENTIDADES SIN FINES LUCRATIVOS

1. El sistema económico y las entidades que lo componen
  1. - Tres sectores económicos
  2. - Economía solidaria
2. Entidades privadas sin ánimo de lucro
  1. - Clasificación
3. Obligaciones fiscales
4. Obligaciones contables

1. - La reforma contable y su incidencia en las entidades sin fines lucrativos
2. - Obligaciones contables de las asociaciones
3. - Obligaciones contables de las fundaciones
4. - El Plan General de Contabilidad Adaptado a las entidades sin fines lucrativos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARCO CONCEPTUAL DEL PLAN GENERAL CONTABLE PARA ENTIDADES SIN FINES LUCRATIVOS (PGCESFL)

1. Norma 1 de Valoración del PGCESFL
2. La imagen fiel
3. Información a incluir en las cuentas anuales
4. Elementos que forman parte de las cuentas anuales
5. Principios contables para la elaboración de los estados financieros y valoración de los elementos patrimoniales
6. Criterios de registro de los elementos patrimoniales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INMOVILIZADO MATERIAL EN LAS ENTIDADES SIN FINES LUCRATIVOS

1. Norma 2ª de valoración del PGCESFL
2. Concepto de inmovilizado y clasificación
  1. - Concepto de inmovilizado
  2. - Clasificación del inmovilizado material. Cuadro de cuentas
3. Valoración inicial
  1. - Adquisición onerosa (precio de adquisición)
  2. - Aportaciones no dinerarias
4. Valoración posterior
  1. - Concepto básico. Reflejo de la imagen fiel
  2. - Los métodos de amortización
  3. - Factores de cálculo de las amortizaciones
  4. - Cálculo de las cuotas de amortización
  5. - Valoración posterior. El deterioro del inmovilizado
5. Baja, enajenación y cesión sin contraprestación
  1. - Enajenación en las pymes
  2. - Otras bajas
6. Permutas de inmovilizado
  1. - Contabilidad de la permuta
  2. - Ejercicios resueltos: Casos prácticos de permuta
  3. - Permutas de bienes no generados de efectivo
7. Aportaciones del inmovilizado a la dotación fundacional
8. Inmovilizados cedidos por la entidad sin contraprestación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. INMOVILIZADO INTANGIBLE Y BIENES DE PATRIMONIO HISTÓRICO

1. Norma 3ª y 4ª de valoración del PGCESFL
2. Concepto y características del inmovilizado intangible
3. Reconocimiento y valoración
  1. - Reconocimiento
  2. - Valoración
4. Normas particulares del Inmovilizado intangible

1. - Investigación y desarrollo
  2. - Concesiones administrativas
  3. - Propiedad industrial
  4. - Fondo de comercio
  5. - Derechos de traspaso
  6. - Aplicaciones informática
  7. - Derechos sobre activos cedidos en uso
5. Bienes de patrimonio histórico
1. - Valoración inicial de los bienes de patrimonio histórico
  2. - Valoración posterior de los bienes de patrimonio histórico

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CRÉDITOS Y DÉBITOS DE LA ACTIVIDAD PROPIA

1. Norma 5ª de valoración del PGCESFL
2. Repaso a los conceptos de crédito y débito del PGC
  1. - Préstamos y partidas a cobrar
  2. - Débitos y partidas a pagar
3. Concepto de crédito de la actividad propia
4. Valoración inicial y posterior de los créditos de la actividad propia
5. Concepto de débito de la actividad propia
6. Valoración inicial y posterior de los débitos de la actividad propia

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE LAS EXISTENCIAS EN ENTIDADES SIN FINES LUCRATIVOS

1. Norma 6ª de valoración del PGCESFL
2. Concepto. Grupo 3 del PGC
3. Clasificación de existencias
4. Registro contable
5. Valoración de las existencias
  1. - Precio de adquisición
  2. - Coste de producción
6. Estudios de los grupos 60 y 70
  1. - Cuentas relacionadas con las compras
  2. - Cuentas relacionadas con las ventas
7. Correcciones valorativas
8. Existencias en las entidades sin fines lucrativos
  1. - Mercaderías recibidas sin contraprestación
  2. - Mercaderías entregadas a los beneficiarios
  3. - Pérdidas por deterioro de valor

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES EN LAS ENTIDADES SIN FINES LUCRATIVOS

1. Norma 7ª de valoración del PGCESFL
  1. - Modalidades de tributación
2. Diferencia entre el resultado contable y el fiscal
3. Impuesto corriente: activos y pasivos por impuesto corriente
4. Impuesto diferido: activos y pasivos por impuesto diferido
  1. - Diferencias temporarias

2. - Activos por diferencias temporarias deducibles
3. - Pasivos por diferencias temporarias deducibles
5. Compensación de bases imponibles negativas en el Impuesto de Sociedades
  1. - Estimamos que podemos contabilizar el crédito
  2. - Caso de no contabilizar el crédito a nuestro favor
6. El impuesto de sociedades en las entidades sin fines lucrativos
  1. - Gastos no deducibles

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. GASTOS E INGRESOS PROPIOS DE LAS ENTIDADES NO LUCRATIVAS

1. Norma 8ª de valoración del PGCESFL
2. Periodificación. Principio del devengo
  1. - El principio del devengo
  2. - Ajustes por periodificación
  3. - Imputación de ingresos y gastos
3. Gastos propios de las entidades sin fines lucrativos
  1. - Criterio general de reconocimiento
  2. - Reglas de imputación temporal
  3. - Gastos de carácter plurienal
4. Ingresos propios de las entidades sin fines lucrativos
  1. - Contabilidad de los ingresos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS

1. Norma 9ª de valoración del PGCESFL
2. Definición y clases de subvenciones
  1. - Definición de subvención, donación y legado
  2. - Clases de subvenciones
3. Subvenciones otorgadas por terceros
  1. - Reconocimiento
  2. - Valoración
4. Contabilidad de las subvenciones para pymes y microempresas
5. Contabilidad de las subvenciones para grandes empresas
6. Contabilidad de la subvención reintegrable y no monetaria
  1. - Subvención reintegrable
  2. - Subvención no monetaria
7. Subvenciones otorgadas por asociados, fundadores o patronos
  1. - Cesión de uso de un terreno de forma gratuita y tiempo determinado
  2. - Cesión de uso de un terreno y una construcción de forma gratuita y tiempo determinado
  3. - Cesión de un inmueble de forma gratuita por un periodo de un año prorrogable por periodos iguales o por tiempo indefinido
  4. - Servicios de contraprestación
8. Cesiones recibidas de activos no monetarios y de servicios sin contraprestación
  1. - Cesión de uso de un terreno de forma gratuita y tiempo indefinido
  2. - Cesión de uso de un terreno e inmueble de forma gratuita y tiempo indefinido
  3. - Cesión de un inmueble de forma gratuita por un periodo de un año prorrogable por un periodo igual o por un tiempo indefinido
  4. - Servicios sin contraprestación
9. Dotación fundacional

1. - Regulación contable
2. - Tratamiento contable

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. FUSIÓN ENTRE ENTIDADES NO LUCRATIVAS

1. Norma 10ª de valoración del PGCESFL
2. Aspectos generales en la fusión de sociedades
3. Fusión de sociedades no lucrativas
  1. - Ámbito de aplicación
  2. - Valoración contable de los elementos patrimoniales
  3. - Eliminación de créditos y débitos recíprocos
4. Combinación de negocios
  1. - Clases de combinaciones de negocios
  2. - Método de adquisición
5. Ejercicio resuelto de fusión de sociedades
  1. - Cálculos previos
  2. - Contabilidad de la sociedad absorbente
  3. - Contabilidad de la sociedad absorbida

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. LAS CUENTAS ANUALES EN LAS ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

1. Documentos que integran las cuentas anuales
  1. - Formulación de cuentas anuales
2. Balance
  1. - Las masas patrimoniales del balance
  2. - Modelos de balance
3. Cuentas de resultados
  1. - Modelos de cuentas de resultados
4. Memoria
5. Ejercicios resueltos: Cuentas Anuales en las Entidades Sin Ánimo de Lucro
6. Destino obligatorio de las rentas e ingresos
  1. - Destino obligatorio de las rentas e ingresos en las asociaciones
  2. - Destino obligatorio de las rentas e ingresos en las fundaciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. RÉGIMEN FISCAL ESPECIAL EN LAS ENTIDADES SIN FINES LUCRATIVOS

1. Introducción a la fiscalidad de las ESFL
  1. - Obligaciones de carácter declarativo o censal
2. El IVA en las ESFL
3. El impuesto de sociedades en las entidades sin fines lucrativos
  1. - Régimen establecido en la ley 27/2014 del Impuesto de sociedades
  2. - Presentación de autoliquidación. Modelo 200
4. Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo
  1. - Objeto y ámbito de aplicación
  2. - Clasificación y requisitos de las entidades sin fines lucrativos
  3. - Rentas exentas
  4. - Explotaciones económicas exentas
  5. - Base Imponible y tipo impositivo

6. - Tributos locales

5. El régimen fiscal de las donaciones y aportaciones

MÓDULO 6. KNOW-HOW, PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL EN UN MERCADO DIGITAL GLOBAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL KNOW-HOW

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SECRETOS EMPRESARIALES E INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTECCIÓN DEL KNOW-HOW

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

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

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARCA NACIONAL Y NOMBRES COMERCIALES

1. Marco normativo La Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas
2. Concepto de marca
3. Clases de marcas

4. Concepto de nombre comercial
5. Prohibiciones absolutas de registro
6. Prohibiciones relativas de registro
7. Marca notoria y marca renombrada
8. Marcas colectivas y de garantía

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. NOMBRES DE DOMINIO

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA

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

### MÓDULO 7. LIDERAZGO EMPRESARIAL, COACHING Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

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

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA DEL EQUIPO EN LAS ORGANIZACIONES

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PAPEL DEL LÍDER EN EL EQUIPO

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. COACHING COMO AYUDA AL LIDERAZGO DE EMPRESA

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. HERRAMIENTAS DE COACHING EJECUTIVO

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA MEJORA DEL FUNCIONAMIENTO DEL EQUIPO

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIÓN DE LAS DINÁMICAS DE GRUPO

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. CLASES DE DINÁMICAS DE GRUPO

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

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

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

#### 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

