



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Máster Europeo en Desarrollo Local

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso, avalada por ENFES.](#)

OBJETIVOS

- Presentar los fundamentos del desarrollo local. - Describir las políticas existentes de desarrollo local. - Acercar a las metodologías existentes para dinamizar procesos de desarrollo local. - Enmarcar las políticas de fomento del empleo y autoempleo en la dinámica del desarrollo local. - Enmarcar el desarrollo turístico en la perspectiva del desarrollo local. - Realizar un estudio de desarrollo local o ámbito geográfico concreto, aplicando las herramientas e instrumentos existentes al efecto. - Establecer y mantener relación con los principales agentes comunitarios: población, técnicos y administraciones, dinamizando la relación recíproca entre ellos. - Aportar todos aquellos conocimientos relativos al perfil profesional del técnico en orientación laboral, desde un acercamiento a la legislación de referencia y situando su figura en el corazón del mercado laboral, describir las grandes líneas que determinan su identidad y esbozar los principios y ámbitos de su intervención orientadora.

CONTENIDOS

PARTE 1: DESARROLLO LOCAL

MÓDULO 1. DESARROLLO LOCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DESARROLLO LOCAL. PRINCIPIOS TEÓRICOS

1. Aproximación histórica y evolución reciente.
2. Concepto de Desarrollo Local.
3. Características del Desarrollo Local.
4. Claves para la concepción estratégica del desarrollo local.
5. Objetivos del desarrollo local.
6. Modelos de desarrollo.
7. El valor añadido del desarrollo local.
8. Campos de trabajo del desarrollo local.
9. La globalización como cambio en el desarrollo local.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS DE DESARROLLO LOCAL

1. La política de desarrollo local.
2. La política de cohesión territorial.
3. La Agenda 21.
4. La iniciativa LEADER.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECURSOS PARA EL DESARROLLO LOCAL

1. Introducción.
2. Recursos físicos. Infraestructuras.
3. Recursos humanos. Formación.
4. Recursos técnicos. La tecnología.
5. Recursos socioculturales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. METODOLOGÍA DE LOS PROCESOS DE

DESARROLLO LOCAL

1. Introducción.
2. Elementos del Desarrollo Local.
3. La Planificación del Desarrollo Local.
4. Las fases y contenidos de la planificación estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS AGENTES DEL DESARROLLO LOCAL

1. Introducción.
2. Agentes intervinientes en el desarrollo local.
3. El perfil del agente de desarrollo local.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MERCADO DE TRABAJO

1. El mercado de trabajo actual.
2. El mercado de trabajo en España.
3. Yacimientos de empleo.
4. Nuevos yacimientos de empleo.
5. Nuevas políticas de fomento de empleo.
6. Mercados locales de trabajo
7. Demanda y gestión de la demanda.
8. Perfiles profesionales del mundo laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AGENCIA DE EMPLEO Y DESARROLLO LOCAL

1. Origen
2. Objetivos de las AEDL
3. Tipología de las AEDL
4. Funciones de las AEDL
5. La empresa como agente de desarrollo local

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORIENTACIÓN LABORAL

1. Definición, concepto evolución y principios.
2. Orientación laboral, orientación profesional y orientación vocacional.
3. La orientación laboral para la igualdad de oportunidades: los programas de orientación laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INSERCIÓN LABORAL

1. La necesidad de un modelo de orientación basado en itinerarios.
2. Características de los itinerarios de inserción laboral.
3. Aspectos que favorecen un modelo de orientación basado en itinerarios.
4. Esquema base para la elaboración de un itinerario de orientación laboral.
5. Metodologías para la elaboración de un programa de inserción laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. DESARROLLO LOCAL Y PROMOCIÓN EMPRESARIAL EMPRESA

1. Creación de Empresa.
2. Consolidación de empresas.
3. Nueva economía social y redes empresariales.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. AUTOEMPLEO Y EMPRESA

1. Concepto de autoempleo.

2. El emprendedor y la empresa.
3. Tipos de empresas.
4. El plan de empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA IDEA EMPRESARIAL

1. Introducción.
2. Generación de ideas de negocio.
3. Evaluación de la idea.
4. Factores de fracaso y factores de éxito.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EL PLAN DE EMPRESA I

1. Introducción.
2. Utilidad del Plan de Empresa.
3. La Introducción del Plan de Empresa.
4. Estudio de mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 14. EL PLAN DE EMPRESA II

1. Plan de Marketing.
2. Plan de Producción.

UNIDAD DIDÁCTICA 15. EL PLAN DE EMPRESA III

1. Infraestructuras.
2. Recursos Humanos.
3. Plan Financiero.
4. Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
5. Estructura legal. Forma jurídica.

UNIDAD DIDÁCTICA 16. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

1. Características de un plan de desarrollo turístico.
2. Fases de un plan de desarrollo turístico.
3. El proyecto de desarrollo turístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 17. INVENTARIO DE RECURSOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

1. Las fuentes de información.
2. Los recursos para el desarrollo turístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 18. LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Las fases de la investigación.
2. Los indicadores turísticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 19. EL TURISMO RURAL

1. Aproximación al turismo rural y turismo activo.
2. El entorno
3. Estrategias de marketing para el turismo rural.

ANEXO 1. POLÍTICA DE DESARROLLO LOCAL

PARTE 2: ORIENTACIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA ORIENTACIÓN LABORAL

1. Primer acercamiento al concepto de orientación laboral
2. Evolución histórica del concepto de orientación
3. La Orientación Vocacional, Orientación Profesional y Orientación Laboral
4. Características de la orientación laboral
5. La Orientación Laboral como proceso individualizado
6. Orientación laboral y empleabilidad
7. Marco de actuación: La orientación laboral
8. Características del perfil profesional
9. Ámbito propio de actuación
10. Niveles de intervención
11. Funciones
12. Los itinerarios de inserción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. USUARIOS DE LA ORIENTACIÓN LABORAL

1. Los jóvenes y el mercado de trabajo
2. Personas paradas de larga duración y mayores de cuarenta años
3. La mujer y el empleo
4. Inmigrantes y empleo
5. Discapacidad y empleo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO DE REFERENCIA DE LA ORIENTACIÓN: LOS SERVICIOS DE EMPLEO PÚBLICO EN ESPAÑA

1. Los Servicios Públicos de Empleo: estructura y competencias
2. Marco normativo del Empleo
3. Las Políticas Activas de Empleo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA POLÍTICA SOCIAL Y DE EMPLEO EN LA UNIÓN EUROPEA

1. Instituciones y organismos comunitarios para el Empleo
2. El Marco de Referencia de la Unión Europea: empleo y diálogo interprofesional
3. La estrategia europea para el empleo (EEE)
4. La movilidad de los trabajadores
5. Fondos para las financiaciones de las políticas de empleo: los fondos estructurales
6. Políticas activas y pasivas de empleo: España en la UE

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MERCADO DE TRABAJO

1. Introducción
2. El Mercado de Trabajo actual
3. Yacimientos de empleo
4. Demanda y gestión de la demanda
5. Perfiles profesionales del mundo laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS SISTEMAS DE INTERMEDIACIÓN DEL MERCADO DE TRABAJO

1. Definición
2. Demanda y gestión de la demanda
3. Oferta y gestión de la oferta
4. La red EURES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

1. El Curriculum Vitae
2. Canales de reclutamiento
3. Las Nuevas Tecnologías en la búsqueda de trabajo
4. Empleabilidad 2.0
5. Características del mercado laboral actual

6. Herramientas para la búsqueda de empleo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRUEBAS DE SELECCIÓN DE PERSONAL

1. Las Pruebas Psicotécnicas
2. Dinámicas de grupo
3. Pruebas de trabajo o pruebas profesionales
4. Entrevista de selección
5. Reconocimiento médico

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EMPLEO PÚBLICO

1. El empleo público
2. Acceso al Empleo Público
3. Clases de puestos en la función pública española
4. Sistemas de selección
5. Proceso de selección
6. Dónde trabajar
7. Dónde encontrar información

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EMPLEO PRIVADO

1. Introducción
2. Evolución histórica
3. Acceso al Empleo Privado. Dónde encontrar información
4. Requisitos de acceso a un Empleo Privado

UNIDAD DIDÁCTICA 11. AUTOEMPLEO Y EMPRESA

1. Concepto de autoempleo
2. El emprendedor y la empresa
3. Tipos de empresas
4. El plan de empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

1. El contrato de trabajo
2. Las empresas de trabajo temporal (ETT)
3. Tiempo de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 13. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1. Tipologías y modalidades de contratos de trabajo
2. Contratos indefinidos
3. Contratos temporales
4. Contratos para personas con discapacidad
5. Transformación en indefinidos de los contratos en prácticas, de relevo y de sustitución por anticipación de la edad de jubilación
6. Otros tipos de contratos
7. Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo
8. Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LOS ITINERARIOS DE INSERCIÓN LABORAL

1. La necesidad de un modelo de orientación basado en los itinerarios
2. Características de los itinerarios de inserción laboral
3. Esquema base para la elaboración de un itinerario de inserción laboral
4. Metodología para la elaboración de programas de inserción sociolaboral

PARTE 3: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y

turismo.

2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.
5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final.
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.
7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

1. Estrategias y canales de distribución.
2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.
3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.
4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.
2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL

1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.
2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.
3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.
4. Coste y rentabilidad de la distribución turística online

PARTE 4: PLANIFICACIÓN E INICIATIVA EMPRENDEDORA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

MÓDULO 1. PLANIFICACIÓN E INICIATIVA EMPRENDEDORA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

UNIDAD FORMATIVA 1. ACTITUD EMPRENDEDORA Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1. Evaluación del potencial emprendedor.
2. - Conocimientos.
3. - Destrezas.
4. - Actitudes.
5. - Intereses y motivaciones.
6. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa.
7. - Variables comerciales y de marketing.
8. - Variables propias.
9. - Variables de la competencia.

10. Empoderamiento:
11. - Concepto.
12. - Desarrollo de capacidades personales para el emprendizaje.
13. - 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.
2. - Necesidades y tendencias.
3. - Fuentes de búsqueda.
4. - La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades.
5. - Técnicas de creatividad en la generación de ideas.
6. - Los mapas mentales.
7. - Técnica de Edward de Bono (Seis sombreros)
8. - El pensamiento irradiante.
9. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio.
10. - Utilidad y limitaciones.
11. - Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades.
12. - Elaboración del DAFO.
13. - Interpretación del DAFO.
14. Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa.
15. - Elección de las fuentes de información.
16. - La segmentación del mercado.
17. - La descentralización productiva como estrategia de racionalización.
18. - La externalización de servicios: Outsourcing.
19. - Clientes potenciales.
20. - Canales de distribución.
21. - Proveedores.
22. - Competencia.
23. - Barreras de entrada.
24. Análisis de decisiones previas.
25. - Objetivos y metas.

26. - Mision del negocio.
27. - Los tramites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros.
28. - Vision del negocio.
29. Plan de acción.
30. - Prevision de necesidades de inversion.
31. - La diferenciación el producto.
32. - Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles.
33. - Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos.

UNIDAD FORMATIVA 2. PROYECTO Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O MICROEMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DEL PEQUEÑO NEGOCIO O MICROEMPRESA

1. Clasificación de las empresas.
2. - Por su finalidad.
3. - Por su actividad.
4. - Por su tamaño.
5. - Por su ámbito territorial.
6. - Por la naturaleza de su capital.
7. Tipos de sociedades mercantiles mas comunes en pequeños negocios o microempresas.
8. - Empresario individual.
9. - Sociedades mercantiles.
10. La forma juridica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social.
11. - Sociedad Unipersonal.
12. - Sociedad Anonima.
13. - Sociedad de Responsabilidad Limitada.
14. - Sociedad Laboral.
15. - Sociedad Colectiva.
16. - Sociedad Comanditaria.

17. - Sociedades Cooperativas.
18. La elección de la forma jurídica de la microempresa.
19. - Ventajas e inconvenientes de cada forma.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Componentes básicos de una pequeña empresa.
2. - Recursos materiales: instalaciones, materias primas, otros.
3. - Recursos humanos: perfiles profesionales.
4. Sistemas: planificación, organización, información y control.
5. Recursos económicos propios o ajenos.
6. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa.
7. - Identificación de procesos estratégicos, clave y de soporte.
8. - Construcción del mapa de procesos.
9. - Asignación de procesos clave a sus responsables.
10. - Desarrollo de instrucciones de trabajo de los procesos.
11. - La automatización y sistematización de procesos.
12. - La utilización de recursos propios frente a la externalización de procesos y servicios.
13. - Relación coste /eficiencia de la externalización de procesos.
14. La estructura organizativa de la empresa.
15. - La división funcional.
16. - Diferencia entre funciones, responsabilidades y tareas.
17. - El organigrama como estructura gráfica de la empresa.
18. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa.
19. - De mercado.
20. - Geográficas.
21. - Demográficas.
22. - Dotaciones y servicios.
23. - En función de las subvenciones y ayudas.
24. - Otras.
25. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
26. - Ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de adquisición de tecnología y

sistemas.

27. - Factores a tener en cuenta en la selección del proveedor.
28. Control de gestión del pequeño negocio o microempresa.
29. Identificación de áreas críticas.
30. - El Cuadro de Mandos Integral . CMI (Balanced Scorecard. BSC, de Kaplan y Norton)
31. - Indicadores básicos de control en pequeños negocios o microempresas.
32. - La implementación de medidas de ajuste.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Características y funciones de los presupuestos:
 2. - De inversiones.
 3. - Operativo.
 4. - De ventas.
 5. - De compras y aprovisionamiento.
6. El presupuesto financiero:
 7. - Principales fuentes de financiación.
 8. - Criterios de selección.
9. Estructura, y modelos de los estados financieros previsionales:
10. - Significado, interpretación y elaboración de estados financieros previsionales y reales.
11. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales:
 12. - Activo.
 13. - Pasivo.
 14. - Patrimonio neto.
 15. - Circulante.
 16. - Inmovilizado.
17. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales:
 18. - Balance.
 19. - Cuenta de Perdidas y Ganancias.
 20. - Tesorería.
 21. - Patrimonio Neto.

22. Memoria.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O MICROEMPRESA

1. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de los pequeños negocios o microempresa.
2. - Equilibrio total.
3. - Equilibrio normal o estabilidad financiera.
4. - Situación de insolvencia temporal.
5. - Situación de insolvencia definitiva.
6. - Punto de equilibrio financiero.
7. Instrumentos de análisis: ratios financieros, economicos y de rotación mas importantes.
8. - Calculo e interpretación de ratios.
9. - Las desviaciones y mecanismos de corrección de desequilibrios economico-financieros.
10. Rentabilidad de proyectos de inversion.
11. - El Valor Actual Neto (V. A. N.)
12. - Tasa Interna de Rentabilidad (T. I. R.)
13. - Interpretación y calculo.
14. Aplicaciones ofimaticas especificas de calculo financiero.
15. - La hoja de calculo, aplicada a los presupuestos y estados financieros previsionales.

UNIDAD FORMATIVA 3. MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

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

1. Planificación de marketing:
2. - Fundamentos de marketing.
3. - Variables del marketing-mix.

4. Determinación de la cartera de productos:
5. - Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsible.
6. - Atributos comerciales.
7. - Técnicas de producción.
8. - Ciclo de la vida del producto.
9. Gestión estratégica de precios:
10. - Objetivos de la política de precios del producto o servicio.
11. - Estrategias y métodos para la fijación de precios.
12. Canales de comercialización.
13. - Acceso al canal y la red de venta.
14. - Comercialización online.
15. Comunicación e imagen de negocio:
16. - Público objetivo y diferenciación del producto.
17. - Entorno competitivo y misión de la empresa.
18. - Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto.
19. - Coordinación y control de la campaña publicitaria.
20. - Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio.
21. - Elección del tipo de soporte.
22. Estrategias de fidelización y gestión de clientes.
23. - Los clientes y su satisfacción.
24. - Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.
25. - Medición del grado de satisfacción del cliente.
26. - El perfil del cliente satisfecho.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio:
2. - Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial.
3. - Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto.
4. - Identificación de barreras de entrada y salida.
5. Previsión y planificación económica:
6. - Definición de una estrategia viable.

7. La búsqueda de financiación:
8. - Materialización de la idea del negocio en una realidad.
9. Presentación del plan de negocio y sus fases.
10. - Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización.
11. - Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio.
12. - Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible.
13. - Análisis de los ingresos y egresos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible.
14. - Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio.
15. Instrumentos de edición y presentación de la información.
16. - Aspectos formales del documento
17. - Elección del tipo de soporte de la información.
18. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros.
19. - Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa.
20. - Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio.



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es