



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Máster MBA. Especialidad en Marketing

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

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

OBJETIVOS

Como objetivo general podemos establecer el proporcionar a los alumnos los conocimientos necesarios para la organización, gestión y dirección de organizaciones empresariales. A nivel más específico, se pretende: - Desarrollar las competencias directivas del participante, profundizando en la visión global de la empresa. - Elaborar estudios de mercado y presentar estrategias de marketing en consonancia con el análisis del mercado. - Conocer el entorno internacional y global de los negocios, y de los condicionantes de la sociedad del conocimiento. - Asumir funciones de liderazgo en negocios globalizados, competitivos y especializados. - Desarrollar el pensamiento estratégico, la innovación y la capacidad emprendedora. - Introducirse en la parte jurídica del marketing digital, para una correcta aproximación al mercado online. - Incentivar la comunicación y el trabajo en equipo.

CONTENIDOS

PARTE 1: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA MASTER MBA ESPECIALIDAD EN MARKETING

PARTE 1. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

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 LA 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 RECURSOS FINANCIEROS

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

PARTE 2. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes
7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2. Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación

4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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 6. LA SEGURIDAD SOCIAL

1. Introducción. El Sistema de la Seguridad Social
2. Campo de aplicación del sistema de Seguridad Social
3. Regímenes de la Seguridad Social

4. Sistemas especiales de la Seguridad Social
5. Altas y bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS

1. El Salario
2. Cotización a la Seguridad Social
3. Retención por IRPF

PARTE 3. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción a la contabilidad
2. La dualidad de la contabilidad
3. Valoración contable
4. Anotación contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio de la empresa
7. Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

1. Planteamiento caso práctico
2. Balance de situación inicial
3. Registro de las operaciones del ejercicio
4. Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
5. Balance de sumas y saldos
6. Cálculo del resultado: beneficio o pérdida

7. Asiento de cierre de la contabilidad
8. Cuentas anuales
9. Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

1. Principios de la contabilidad
2. Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1. Diferenciación de pagos y cobros
2. Diferenciación de gastos e ingresos
3. Cuentas del grupo 6 y 7
4. Cálculo del resultado contable
5. Contabilización de los gastos
6. Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1. Definición del inmovilizado
2. Integrantes del inmovilizado material
3. Integrantes del inmovilizado intangible
4. Contabilización del inmovilizado
5. Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2. Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3. Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores

4. Débitos por operaciones no comerciales

MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES

1. Introducción
2. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
3. Riesgos higiénicos
4. Riesgos ergonómicos
5. Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6. El acoso psicológico en el trabajo
7. El estrés laboral

PARTE 4. ADMINISTRACIÓN FISCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

1. El Tributo
2. Hecho imponible
3. Sujeto pasivo
4. Determinación de la deuda tributaria
5. Contenido de la deuda tributaria

6. Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1. Introducción
2. Elementos del impuesto
3. Rendimientos del trabajo
4. Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

1. Rendimientos de capital inmobiliario
2. Rendimientos de capital mobiliario
3. Ganancias y pérdidas patrimoniales
4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
5. Liquidación del impuesto
6. Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1. Naturaleza del impuesto
2. Hecho imponible
3. Operaciones no sujetas y operaciones exentas
4. Lugar de realización del hecho imponible
5. Devengo del impuesto
6. Sujetos pasivos
7. Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
8. Base imponible
9. Tipos de Gravamen
10. Deducción del impuesto

11. Gestión del Impuesto
12. Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1. Naturaleza y ámbito de aplicación
2. Hecho imponible
3. Sujeto Pasivo
4. Base imponible
5. Periodo impositivo y devengo del impuesto
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

PARTE 2: HABILIDADES DIRECTIVAS PARA EL EMPRENDEDOR MASTER MBA ESPECIALIDAD EN MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO

1. El proceso directivo
2. Liderazgo
3. Motivación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

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

5. El desarrollo de la autoridad

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA NEGOCIACIÓN

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS RELACIONES GRUPALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN

DE GRUPOS (I)

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PREVENIR, AFRONTAR Y RESOLVER EL CONFLICTO

1. Estrategias para prevenir el conflicto
2. La gestión de conflictos: principios básicos
3. Estrategias para resolver conflictos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MOTIVACIÓN LABORAL

1. La motivación en el entorno laboral
2. Teorías sobre la motivación laboral
3. El líder motivador
4. La satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Barreras de la comunicación

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

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

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

PARTE 3: GESTIÓN CONTABLE EN LA EMPRESA MASTER MBA ESPECIALIDAD EN MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción
2. Evolución histórica
3. Concepto de Contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MÉTODO CONTABLE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO DEL CICLO CONTABLE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NORMALIZACIÓN CONTABLE EN ESPAÑA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO CONCEPTUAL

1. Principios contables
2. Criterios de valoración

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GASTOS E INGRESOS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PERIODIFICACIÓN CONTABLE

1. Introducción
2. Ingresos y gastos no devengados, efectuados en el ejercicio
3. Ingresos y gastos devengados y no vencidos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INMOVILIZADO MATERIAL

1. El inmovilizado tecnico: concepto y clases
2. Inmovilizado material
3. Inversiones Inmobiliarias
4. Activos no corrientes y grupos enajenables de elementos mantenidos para la venta
5. Inmovilizado en curso

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INMOVILIZADO INTANGIBLE

1. Concepto
2. Elementos integrantes
3. Registro contable
4. Correcciones valorativas
5. Arrendamientos. Leasing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EXISTENCIAS

1. Concepto
2. Clasificación

3. Registro contable
4. Valoración
5. Correcciones valorativas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ACTIVOS FINANCIEROS I: OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Introducción
2. Préstamos y partidas a cobrar: Clientes y deudores
3. Efectos comerciales a cobrar

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ACTIVOS FINANCIEROS II: OPERACIONES FINANCIERAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PASIVOS FINANCIEROS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 14. PATRIMONIO NETO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 15. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 16. IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS

1. Nociones fundamentales
2. Cálculo de la cuota líquida
3. Gasto devengado
4. Registro contable
5. Diferencias Temporarias
6. Compensación de bases impositivas negativas de ejercicios anteriores
7. Diferencias entre resultado contable y base imponible

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LAS CUENTAS ANUALES

1. Introducción
2. Balance
3. Cuenta de Pérdidas y ganancias

4. Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
5. Estado de Flujos de Efectivo
6. Memoria

PARTE 4: ADMINISTRACIÓN FISCAL EN LA EMPRESA MASTER MBA ESPECIALIDAD EN MARKETING

PARTE 1. ASPECTOS TEÓRICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

1. El Tributo
2. Hecho imponible
3. Sujeto pasivo
4. Determinación de la deuda tributaria
5. Contenido de la deuda tributaria
6. Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1. Introducción
2. Elementos del impuesto
3. Rendimientos del trabajo
4. Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

1. Rendimientos de capital inmobiliario
2. Rendimientos de capital mobiliario
3. Ganancias y pérdidas patrimoniales

4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
5. Liquidación del impuesto
6. Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1. Naturaleza del impuesto
2. Hecho imponible
3. Operaciones no sujetas y operaciones exentas
4. Lugar de realización del hecho imponible
5. Devengo del impuesto
6. Sujetos pasivos
7. Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
8. Base imponible
9. Tipos de Gravamen
10. Deducción del impuesto
11. Gestión del Impuesto
12. Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1. Naturaleza y ámbito de aplicación
2. Hecho imponible
3. Sujeto Pasivo
4. Base imponible
5. Periodo impositivo y devengo del impuesto
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

PARTE 2. CD INTERACTIVO (VÍDEO TUTORIALES FACTURAPLUS 2012)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FACTURAPLUS 2012 ENTORNO DE LA INTERFAZ

1. Elementos De La Interfaz I
2. Elementos De La Interfaz Ii

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FACTURAPLUS 2012 MENÚ GLOBAL

1. Menú Global

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACTURAPLUS 2012 SISTEMAS

1. Divisas
2. Formas De Pago
3. Bancos
4. Tipos De Iva

5. Propiedades Del Artículo
6. Modelo De Código De Barras
7. Familias
8. Grupos De Clientes
9. Tipos De Llamadas
10. Departamentos
11. Provincias
12. Zonas
13. Países
14. Cuentas Remesa
15. Grupos De Venta
16. Grupos De Compra
17. Rappels
18. Generador De Código De Barras

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUESTIONES GENERALES SOBRE EL IRPF

1. Marco Normativo
2. Introducción Al Irpf
3. Cesión Parcial Del Irpf A Las Comunidades Autónomas
4. Obligados A Presentar La Declaración Por El Impuesto Sobre La Renta De Las Personas Físicas
5. Sujeción Al Irpf: Aspectos Materiales
6. Sujeción Al Irpf: Aspectos Personales
7. Sujeción Al Irpf: Aspectos Temporales
8. Esquema De Liquidación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUESTIONES GENERALES DEL IMPUESTO SOBRE EL PATRIMONIO

1. Introducción
2. Cuestiones Generales

3. Exenciones
4. Titularidad De Los Elementos Patrimoniales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES ELEMENTOS DEL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1. Cuestiones Generales Del Impuesto Sobre Sociedades
2. Hecho Imponible
3. Sujetos Pasivos
4. Exenciones
5. Período Impositivo Y Devengo Del Impuesto
6. Determinación De La Base Imponible: Especial Referencia A Las Relaciones Entre Contabilidad Y Fiscalidad

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL IMPUESTO SOBRE SUCESIONES Y DONACIONES: NATURALEZA, OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

1. Normativa Aplicable
2. Naturaleza Y Objeto
3. Ámbito Territorial Del Impuesto Sobre Sucesiones Y Donaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONCEPTOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD

1. Introducción
2. Conceptos De Contabilidad Y Patrimonio De La Empresa

PARTE 5: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL MERCADO MASTER MBA ESPECIALIDAD EN MARKETING

PARTE 1. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y SISTEMA ECONÓMICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO RELEVANTE: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Estrategia de segmentación del mercado: La importancia en la estrategia de las organizaciones
2. Segmentación de mercados: Criterios de consumo e industriales. Condiciones para una segmentación eficiente
3. Cobertura del mercado: Estrategias
4. Segmentación de mercados: Técnicas a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE ESTRUCTURA COMPETITIVA Y DEMANDA

1. Primeros pasos
2. Concepto, factores condicionantes de la demanda y dimensiones del análisis de la demanda
3. Análisis de componentes y determinación del concepto de cuota de mercado de marca
4. Modelos explicativos: selección e intercambio de marca
5. Principales factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MERCADOS Y EL MARKETING: INVESTIGACIÓN

1. El sistema de información de marketing y sus componentes
2. Investigación de mercados: Concepto, objetivos y aplicaciones
3. Estudio de investigación de mercados: Metodología de realización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1. Definición de producto: atributos formales del producto
2. Diferenciación y de posicionamiento del producto: Estrategias
3. Etapas del desarrollo y diseño de nuevos productos

4. El producto y su ciclo de vida
5. La cartera de productos: Modelos de análisis
6. Estrategias de crecimiento para las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

1. Concepto, utilidades e importancia del canal de distribución
2. Función de cada uno de los componentes del canal de distribución
3. Longitud, factores condicionantes, e intensidad del diseño del canal de distribución
4. Formas comerciales: clasificación
5. El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRECIOS

1. Introducción
2. Concepto e importancia del precio como instrumento de decisiones comerciales
3. Fijación de precios: Principales factores condicionantes
4. Fijación de precios: Procedimientos de fijación de precios y métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda
5. Fijación de precios: Estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1. Concepto e importancia de la comunicación comercial
2. Principales factores condicionantes en la estrategia y del mix de comunicación comercial
3. Venta personal, publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo de mix de comunicación comercial
4. Imágen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Concepto, utilidad y horizonte temporal: El plan de marketing:
2. Principales etapas del diseño del plan de marketing
3. Tipos de control en la ejecución y control del plan de marketing

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

1. Introducción

PARTE 2. RECURSOS DE MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS

PARTE 6: MARKETING DIGITAL MASTER MBA ESPECIALIDAD EN MARKETING

MÓDULO 1. COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Concepto de comercio electrónico
3. Categorías del comercio electrónico
4. ¿Qué aporta el comercio electrónico a la empresa?
5. Aplicaciones de comercio electrónico en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO APLICADO B2C

1. Introducción
2. Cifra de comercio electrónico B2C en España
3. Internautas y conexión a Internet
4. Compras a través del móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERNAUTAS COMPRADORES Y NO COMPRADORES

1. Perfil de internauta comprador
2. Lugar de compra en Internet
3. Compras en Internet por tipo de producto/servicio
4. Gastos en las compras por Internet
5. Forma de pago utilizada
6. Satisfacción de las compras por Internet
7. Internautas no compradores
8. Razones para no comprar en Internet
9. Sellos de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN INTERNET

1. Introducción
2. Ventajas para los clientes

3. Ventajas para las empresas
4. Inconvenientes de comercio electrónico en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ¿CÓMO ESTAR PRESENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

1. Introducción
2. Elementos de una tienda on-line
3. Medios de pago
4. Ventajas e inconvenientes de las formas de pago
5. Mecanismos de seguridad en los medios de pago electrónicos
6. Costes en instalación de las formas de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FISCALIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Incidencia en el comercio electrónico
3. Imposición directa
4. Imposición indirecta
5. Perspectiva Española

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGURIDAD EN LA RED

1. Introducción
2. Amenazas en la Web
3. Firma electrónica
4. Protocolos de Seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Propiedad intelectual
2. Protección de datos de carácter personal
3. Derechos sobre marcas y derechos sobre dominios en Internet
4. Los llamados "Delitos informáticos"

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLAN ESTRATÉGICO. ESTRUCTURA

1. Objetivos
2. Realidad de la empresa frente a la red
3. Marketing electrónico
4. Estudio de los errores más frecuentes
5. Control, evaluación y presupuesto de inversión

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CÓMO FIDELIZAR AL CLIENTE

1. Introducción
2. ¿Están satisfechos los compradores?
3. ¿Cómo creamos ese hábito de compra?
4. ¿En qué se diferencia un comercio virtual de un comercio "real" a la hora de fidelizar a los clientes?
5. ¿Qué hay que hacer para poder utilizar esta gran oportunidad?
6. ¿Saber lo que hay que hacer garantiza lograr el objetivo?
7. ¿Por qué es recomendable fidelizar a los clientes?

MÓDULO 2. PRESENTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Marketing

3. El proceso de Marketing
4. El mercado y los consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

1. Herramientas de Marketing Mix
2. Herramientas de comunicación de Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PÁGINA WEB

1. Marketing en nuestra página web

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

1. Introducción: El comercio electrónico
2. Definición de comercio electrónico
3. Principales usos del comercio electrónico
4. Participantes en el comercio electrónico
5. Tipos de comercio electrónico
6. Grupos de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Ventajas del comercio electrónico
2. Inconvenientes del comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN DE UNA ACTIVIDAD DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Actividades comerciales en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA EN INTERNET

1. La distribución logística

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Ley orgánica de protección de datos
2. Diversidad normativa

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Seguridad en Internet
2. Antivirus
3. Firmas digitales
4. Certificado digital
5. Protocolos de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PAGO SEGURO EN INTERNET

1. Modalidades de Pago en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ANEXO 1. LEY 34/2002, DE 11 DE JULIO, DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Exposición de motivos
2. Título 1. Disposiciones generales
3. Título 2. Presentación de servicios de la sociedad de la información

4. Título 3. Comunicaciones comerciales por vía electrónica
5. Título 4. Contratación por vía electrónica
6. Título 5. Solución judicial y extrajudicial de conflictos
7. Título 6. Información y control
8. Título 7. Infracciones y sanciones
9. Anexo. Definiciones

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANEXO 2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

1. Introducción
2. Evolución general
3. El comercio electrónico en España segmentado geográficamente según el origen y el destino de las transacciones

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ANEXO 3. MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Clasificación de los modelos de negocio en el comercio electrónico
3. Conclusión



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