



SELECT
BUSINESS SCHOOL

DOBLE TITULACIÓN

MÁSTER EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL +
MÁSTER EN DESARROLLO DE NEGOCIO

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL +
RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS

SBS032



DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para directivos, ejecutivos y profesionales de empresa con crecientes niveles de responsabilidad que quieran asegurar su recorrido ascendente en la empresa con una especial elevación y consolidación de competencias. Permite conocerla creación de empresas, el team building, las nuevas tecnologías para directivos de pymes, el desarrollo de la creatividad e innovación empresarial y profesional, la creación de startup, el marketing intelligence, la instalación de sistemas operativos y gestores de datos en sistemas ERP-CRM, la instalación y configuración de sistemas ERP-CRM, el almacenamiento de datos en sistemas ERM-CRM, las redes sociales y social media strategy.

¿QUIÉNES SOMOS?

SELECT BUSINESS SCHOOL es una Escuela de Negocios líder y pionera en programas de formación Mixtos (A distancia + Online) especializada en desarrollo de programas formativos del entorno Administración y Dirección de Empresas y Marketing.

Pertenece a GRUPO ESNECA FORMACIÓN, el Grupo de Formación líder a Nivel Nacional, con 11 escuelas y más de 6000 alumnos anuales, con una satisfacción media de nuestros alumnos (*) de 9'1 sobre 10, donde nuestras escuelas aparecen como líderes en demanda y satisfacción de los alumnos.

(*) Información basada en opiniones de nuestros alumnos en la página líder nacional en formación (<http://www.emagister.com/>)

MODALIDAD

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.

SALIDAS PROFESIONALES

Algunos trabajos o roles que suelen ser desempeñados por titulados con este máster son los siguientes:

- Sector Tecnológico
- Empresas multinacionales
- Empresas Innovadoras
- Negocios digitales
- Empresas de comunicación y publicidad
- Sector Servicios
- Empresas de consultoría
- Pequeñas y medianas empresas

POSIBILIDAD ESTANCIAS FORMATIVAS EN EMPRESAS

El Máster puede incluir Estancias Formativas en Empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.

DURACIÓN

La duración del curso es de 1.500 horas.

IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: 3880€

IMPORTE ACTUAL: 1940€

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL + MÁSTER EN DESARROLLO DE NEGOCIO", de SELECT BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de AEC y AEEN máximas instituciones españolas en formación y calidad.

Los diplomas llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo - DQ y Universidad de CLEA con un reconocimiento de **60 ECTS**.

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. CREACIÓN DE EMPRESAS

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. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa.
3. Empoderamiento:

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

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio.
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio.
3. Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa.
4. Análisis de decisiones previas.
5. Plan de acción.

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. Tipos de sociedades mercantiles mas comunes en pequeños negocios o microempresas.
3. La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social.
4. La elección de la forma jurídica de la microempresa.

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

1. Componentes básicos de una pequeña empresa.
2. Sistemas: planificación, organización, información y control.
3. Recursos económicos propios o ajenos.
4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa.
5. La estructura organizativa de la empresa.
6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa.
7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
8. Control de gestión del pequeño negocio o microempresa.
9. Identificación de áreas críticas.

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

1. Características y funciones de los presupuestos:
2. El presupuesto financiero:
3. Estructura, y modelos de los estados financieros previsionales:
4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales:
5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales:
6. 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. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación mas importantes.
3. Rentabilidad de proyectos de inversión.
4. Aplicaciones ofimáticas específicas de calculo financiero.

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. Determinación de la cartera de productos
3. Gestión estratégica de precios
4. Canales de comercialización.
5. Comunicación e imagen de negocio
6. Estrategias de idealización y gestión de clientes.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

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

MÓDULO 2. DIRECCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE LA ACTIVIDAD EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Variables que intervienen en la optimización de recursos.
2. Los indicadores cuantitativos de control, a través del Cuadro de Mando Integral.
3. Otros indicadores internos.
4. La mejora continua de procesos como estrategia competitiva

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Determinación del perfil del candidato.
2. Detección de necesidades del pequeño negocio o microempresa.
3. Análisis y descripción del puesto de trabajo vacante.
4. La selección de personal.
5. Las consultorías y empresas de selección de personal.
6. Formalización del contrato de trabajo.
7. La modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Políticas de gestión recursos humanos.
2. Las habilidades directivas y su influencia en el clima laboral.
3. El liderazgo y la delegación de funciones.
4. La importancia de la información.
5. El valor de la formación
6. La evaluación del desempeño.
7. La gestión del talento.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ADQUISICIÓN Y MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Modalidades de adquisición de activos fijos. Ventajas e inconvenientes.
2. Adquisición de activos fijos en pequeños negocios o microempresas.
3. La amortización del activo fijo. Funciones.
4. Las aplicaciones ofimáticas de gestión en el pequeño negocio o microempresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. APROVISIONAMIENTO DE EXISTENCIAS Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Objetivos de la gestión de aprovisionamiento.
2. La estrategia de negociación con proveedores.
3. Criterios para la selección de proveedores.
4. La gestión de compras.
5. Seguimiento, control y evaluación de proveedores.
6. Aplicaciones ofimáticas en el control de aprovisionamientos.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN Y CONTROL DEL ALMACÉN EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Gestión del stock
2. La importancia de la periodicidad en el inventario de almacén.
3. Variables que inciden en la gestión de inventarios.
4. Tipos de stock en el pequeño negocio o microempresa.
5. La gestión eficiente del almacén.
6. Las aplicaciones ofimáticas de gestión de almacén en pequeños negocios o microempresas.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA CALIDAD Y RESPETO DEL MEDIO AMBIENTE EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. La gestión de calidad y el respeto del medio ambiente en la prestación de servicios.
2. Los Sistemas de Gestión de la Calidad y Medio Ambiente como estrategia competitiva.
3. Normativa y legislación aplicable.
4. Implantación de un Sistema de Gestión de Calidad y Medio Ambiente. Etapas.
5. Gestión documental de los Sistemas de Gestión de Calidad y Medio Ambiente. Tipos y formatos.
6. Las herramientas informáticas y ofimáticas para el seguimiento, medición y control de procesos.

MÓDULO 3. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN COMERCIAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Organización de la actividad de ventas
2. La cartera de clientes. Clasificación y tratamiento
3. Utilidades y prestaciones de las herramientas de las herramientas informáticas y ofimáticas para la gestión de clientes
4. Estrategia de ventas
5. Habilidades sociales en el trato con el cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y COMUNICACIÓN EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. Las acciones comerciales publicitarias en pequeños negocios o microempresas
2. Planificación de la publicidad y promoción del producto/servicio
3. Variables que intervienen en el diseño publicitario comercial
4. Técnicas de elaboración del mensaje
5. La utilidad de la ofimática en el diseño publicitario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE Y FIDELIZACIÓN EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. El proceso de comunicación en la atención al cliente
2. Los protocolos de actuación en la atención al cliente
3. El servicio de atención al cliente
4. Identificación de intereses y necesidades del cliente
5. Las reclamaciones y quejas
6. Técnicas de fidelización en la atención al cliente
7. Seguimiento y control del grado de satisfacción de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE VENTA, CANALES Y SERVICIO POSTVENTA

1. Fases del proceso de venta
2. Los canales de venta y su procedimiento específico en el cierre de operaciones
3. Técnicas de negociación con el cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN COMERCIAL DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

1. La documentación comercial en los pequeños negocios o microempresas
2. Registro y seguimiento de las reclamaciones y quejas
3. Aplicaciones específicas en la gestión comercial: clientes, ventas, quejas y reclamaciones

MÓDULO 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICO-FINANCIERA DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

UNIDAD FORMATIVA 1. PUESTA EN MARCHA Y FINANCIACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

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

1. Tramites de constitución según la forma jurídica.
2. La Seguridad Social:
3. Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de pequeños negocios o microempresas.
4. Los registros de propiedad y sus funciones.
5. Los seguros de responsabilidad civil en pequeños negocios o microempresas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Productos de financiación ajena para pequeños negocios.
2. Otras formas de financiación de ámbito local, autonómico y nacional para pequeños negocios o microempresas.

UNIDAD FORMATIVA 2. GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

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

1. Legislación mercantil básica
2. La gestión de cobros en pequeños negocios o microempresas
3. Formulas de reclamación de impagados

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

1. Ejecución del presupuesto de tesorería y métodos de control
2. Técnicas para la detección de desviaciones
3. Aplicaciones informáticas y ofimáticas en la gestión de tesorería

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

1. Obligaciones contables en función de la forma jurídica.
2. La gestión fiscal en pequeños negocios.
3. Obligaciones de carácter laboral.
4. Aplicaciones informáticas y ofimáticas de gestión contable, fiscal y laboral.

MÓDULO 5. GESTIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN PEQUEÑOS NEGOCIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO.

1. El trabajo y la salud.
2. Los riesgos profesionales.
3. Derechos y básicos de empresa y trabajadores.
4. Medidas preventivas y de protección: colectivas e individuales.
5. Consulta y participación: empresa y trabajadores.
6. Riesgos generales y específicos del sector correspondiente al pequeño negocio o microempresa y su prevención.
7. Sistemas elementales de control de riesgos. Protección colectiva e individual.
8. Planes de emergencia y evacuación.
9. El control de la salud de los trabajadores.
10. Evaluación de riesgos generales y específicos y planificación de la prevención de riesgos en pequeños negocios.
11. Protección colectiva e individual:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Principios básicos de gestión de la prevención.
2. Planificación de la actividad preventiva.
3. Tipología de servicios, características y modos de gestión.
4. Organización del trabajo preventivo: rutinas básicas.
5. Documentación: recogida, elaboración y archivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RIESGOS GENERALES Y ACTUACIONES PREVENTIVAS EN LOS PEQUEÑOS NEGOCIO O MICROEMPRESAS.

1. Riesgos y formas de prevención mas comunes en los pequeños negocios o microempresas.
2. Funciones de la comunicación efectiva y la formación en la evitación de riesgos.
3. Aplicación de técnicas para favorecer comportamientos seguros.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SITUACIONES DE EMERGENCIA Y EVACUACIÓN EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. El plan de emergencia.
2. El plan de evacuación.
3. El simulacro de evacuación.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANISMOS, ÓRGANOS Y ENTIDADES RELACIONADOS CON LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.

1. Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.
2. Organismos públicos relacionados con la Seguridad y Salud en el Trabajo.
3. Gestión de la prevención de riesgos laborales.

PARTE 2. TEAM BUILDING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MODELOS ORGANIZATIVOS: LA HUMANIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.

1. La importancia de las organizaciones.
2. Aproximación conceptual a la organización.
3. Tipos de organizaciones.
4. La estructura.
5. Cambio y desarrollo en la organización.
6. El coach como agente de cambio.
7. Impactos derivados de la introducción de una cultura de coaching.
8. Profesionales con vocación de persona.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EQUIPO EN LA ORGANIZACIÓN ACTUAL.

1. La importancia de los equipos en las organizaciones actuales.
2. Modelos explicativos de la eficacia de los equipos.
3. Composición de equipos, recursos y tareas.
4. Los procesos en los equipos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. COACHING Y 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. El líder como coach.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COACHING EJECUTIVO.

1. Lo específico del coaching ejecutivo.
2. Cualidades y competencias.
3. Formación y experiencia empresarial.
4. Dificultades del directivo. Errores más comunes.
5. Instrumentos y herramientas de medición del coaching ejecutivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO.

1. Programa de entrenamiento.
2. Técnicas de desarrollo en equipo.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS DINÁMICAS DE GRUPO.

1. Definición.
2. Aplicaciones a los distintos campos de la vida social.
3. ¿Qué son las técnicas de Dinámica de Grupos?
4. Normas generales para el uso de las técnicas de grupo.
5. El papel del dinamizador.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CLASIFICACIÓN DE LAS DINÁMICAS DE GRUPO.

1. Según el tamaño del grupo.
2. Según la participación de los expertos.
3. Según los objetivos.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TÉCNICAS DE DINÁMICA DE GRUPOS EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LA EMPRESA.

1. Perspectiva positiva del conflicto.
2. Conflicto versus violencia.
3. Prevención.
4. Análisis y negociación.
5. Búsqueda de soluciones.
6. Procedimientos para enseñar a resolver conflictos.

PARTE 3. NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA DIRECTIVOS DE PYMES

MÓDULO 1. ASPECTOS TEÓRICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIONES: NUEVOS CANALES DE VENTAS

1. ¿Qué es vender?
2. Las fases de la entrevista de ventas
3. Preparación de la visita
4. El contacto con el cliente
5. Averiguación de las necesidades del cliente
6. La argumentación
7. La resolución de objeciones
8. El cierre de la venta
9. La postvisita

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIONES: COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

1. Introducción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA FORMACIÓN Y EL E-LEARNING FORMACIÓN MIXTA-BLENDED (PRESENCIAL Y ONLINE)

1. Resumen
2. Introducción
3. Elementos del e-learning
4. Ventajas del e-learning
5. ¿Cómo aplicar adecuadamente el e-learning?
6. El e-learning en las empresas españolas
7. Perspectivas de evolución de la formación corporativa
8. El e-learning como oportunidad de negocio
9. Conclusiones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE PROYECTOS (I)

1. Proyectos y dirección de proyectos
2. Calendario del proyecto
3. Definición del alcance del trabajo
4. ¿Cómo identificar los recursos correctos?
5. Elaboración del plan de trabajo: BASELINE
6. Proceso de arranque
7. Gestión de riesgos y problemas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE PROYECTOS (II)

1. Liderando la ejecución del proyecto
2. Reporting y comunicación de situación
3. Cierre del proyecto

MÓDULO 2. PRÁCTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ENTORNOS DE NEGOCIO EN INTERNET

1. Tipología de un superviviente
2. El modelo 98/2
3. Herramientas al alcance de todos
4. Conclusión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ¿QUÉ ES UN CALL CENTER?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OUTSOURCING DE CALL CENTER

1. Definición de la oferta actual de externalización de servicios en la relación con el cliente
2. Sobre Visible Solutions

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIONES DE INTERÉS PARA LA CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLAVES PARA LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS A TRAVÉS DE INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO: ¿SSL O SET?

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGURIDAD SSL

1. Qué es SSL
2. Cómo funciona SSL
3. Limitaciones y problemas
4. Ventajas de SSL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONVENIO DE BERNA

1. Contenido del convenio

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LAS NACIONES UNIDAS Y EL CÓDIGO COMERCIAL UNIFORME

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INTERNET: SU SUBORDINACIÓN A LA CULTURA Y A LA INFORMACIÓN

1. Planteamiento
2. Derechos humanos y propiedad intelectual
3. El carácter subordinado de la propiedad intelectual en la práctica

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CRM: GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON CLIENTES

1. Introducción
2. Qué es un CRM
3. CRM en cifras
4. Ventajas del CRM: mayor fidelización del cliente
5. Servicios que ofrecen las soluciones para la gestión de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CLAVES PARA IMPLANTAR UN PROGRAMA DE CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA GESTIÓN DE PROYECTOS

1. Etapas de un proyecto
2. La oferta
3. Los objetivos del proyecto
4. El ciclo de vida
5. Identificación de actividades
6. Los recursos
7. Plazos y costes
8. Técnicas de programación

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1. El equipo de trabajo
2. Perfiles de un equipo de trabajo
3. Conflictos

MÓDULO 1. RECURSOS PRÁCTICOS MICROSOFT PROJECT 2016 VIDEOTUTORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

1. Conceptos Generales Entrar Y Salir Del Programa
2. El Interfaz. Descripción De La Parte Superior De La Ventana 1
3. El Interfaz. Descripción De La Parte Superior De La Ventana 2
4. El Interfaz. Descripción De La Parte Superior De La Ventana 3
5. El Interfaz. Descripción De La Escala De Tiempo
6. El Interfaz. Descripción De La Vista De Tabla
7. El Interfaz. Descripción De La Barra De Estado Y Menús Contextuales

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

1. Crear Un Nuevo Proyecto. Ver Un Proyecto
2. Ver Un Proyecto. Cambiar La Escala Temporal
3. Personalizar Columnas Y Celdas
4. Dar Formato A Las Barras De Gantt
5. Dar Formato A Las Barras De Gantt 2

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

1. Conceptos Generales. Opciones De Programación
2. Crear Tareas. Ventana Información De La Tarea
3. Crear Una Lista De Tareas. Insertar Una Tarea Repetitiva
4. Organizar Tareas. Crear Hitos Y Desactivar Tareas
5. Dividir Una Tarea. Trabajar Con Las Barras De Gantt
6. Vincular Tareas
7. Visualizar Tareas Y Vínculos. Delimitar Tareas

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

1. Recursos. Agregar Recursos Al Proyecto
2. Recursos. Agregar Recursos Al Proyecto 2
3. Asignar Recursos
4. Redistribuir Asignaciones
5. Redistribuir Asignaciones 2
6. Vista Organizador De Equipo
7. Agrupar Tareas o Recursos

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

1. Calendarios De Project. Crear Un Calendario
2. Establecer Tiempos De Trabajo. Vacaciones Y Dias Festivos
3. Establecer Tiempos De Trabajo. Vacaciones Y Dias Festivos 2
4. Crear Calendarios Para Las Tareas. Herramienta Organizador
5. Cambiar La Escala Temporal En La Vista Calendario

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

1. Asignación De Costos A Recursos
2. Asignación De Costos A Recursos 2
3. Recurso De Costo. Asignación De Costo A Las Tareas
4. Acumulación Y Visualización De Costos En El Proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

1. Línea Base Y Plan Provisional
2. Línea Base Y Plan Provisional 2
3. Introducir Un Porcentaje Completado De Las Tareas
4. Ruta Crítica

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

1. Guardar
2. Exportar e Importar
3. Imprimir

UNIDAD DIDÁCTICA 9.

1. Insertar Un Proyecto En Un Proyecto Principal
2. Grupos De Recursos
3. Comparar Proyectos

PARTE 4. DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y PROFESIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO ESTRATÉGICO DE LA INNOVACIÓN

1. La innovación, las personas y la sociedad del conocimiento.
2. Estrategias competitivas.
3. I+D+i.
4. Políticas de apoyo.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INNOVACIÓN EN MERCADOS

1. Oportunidades de innovación derivadas de la globalización.
2. Como Inventar Mercados a través de la Innovación.
3. Nuevos Mercados, nuevas oportunidades.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Etapas de desarrollo y ciclos de vida.
2. Incorporación al mercado.
3. Metodologías de desarrollo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INNOVACIÓN EN PROCESOS

1. El proceso de la innovación.
2. Modelos de proceso de innovación.
3. Gestión de innovación.
4. Sistema de innovación.
5. Como reinventar las empresas innovando en procesos.
6. Innovación en Procesos a través de las TIC.
7. El Comercio Electrónico: innovar en los canales de distribución.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INNOVACIÓN EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

1. Innovación en los Procesos de Relación con el Cliente.
2. El cliente que participa en el negocio.
3. Social Media Marketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREATIVIDAD INNOVADORA

1. Pensamiento creativo.
2. Fases de la creatividad.
3. Búsqueda de nuevas ideas.
4. Técnicas de creatividad.
5. Gestión creativa de conflictos.

PARTE 5. CREACIÓN DE STARTUP

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1. Evaluación del potencial emprendedor.
2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa.
3. Empoderamiento:

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

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio.
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio.
3. Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa.
4. Análisis de decisiones previas.
5. Plan de acción.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DEL PEQUEÑO NEGOCIO O MICROEMPRESA.

1. Clasificación de las empresas.
2. Tipos de sociedades mercantiles mas comunes en pequeños negocios o microempresas.
3. La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social.
4. La elección de la forma jurídica de la microempresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Componentes básicos de una pequeña empresa.
2. Sistemas: planificación, organización, información y control.
3. Recursos económicos propios o ajenos.
4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa.
5. La estructura organizativa de la empresa.
6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa.
7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
8. Control de gestión del pequeño negocio o microempresa.
9. Identificación de áreas críticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Características y funciones de los presupuestos:
2. El presupuesto financiero:
3. Estructura, y modelos de los estados financieros previsionales:
4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales:
5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales:
6. Memoria.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación mas importantes.
3. Rentabilidad de proyectos de inversión.
4. Aplicaciones ofimáticas específicas de calculo financiero.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

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

PARTE 6. MARKETING INTELLIGENCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Sistema de información de marketing
2. Generalidades de la investigación de mercados
3. Metodología para realizar un estudio de investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DELIMITACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO 25

4. El entorno de las organizaciones
1. Concepto y delimitación del mercado
2. El mercado de bienes de consumo
3. El mercado industrial
4. El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Relevancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y LA COMPETENCIA

1. Introducción
2. El análisis de la demanda
3. Cuota de mercado de una marca
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
5. Los factores que influyen en el atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus necesidades
2. La psicología: mercado
3. La psicología: consumidor
4. Necesidades
5. Motivaciones
6. Tipología de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA Y PROCESO DE ENGAGEMENT CON EL CLIENTE

1. El cliente y su ciclo de vida
2. Ciclo de compra y consumo del cliente
3. El momento de la verdad zeromoment of truth
4. Fidelización del cliente

PARTE 7. SISTEMAS CRM

MÓDULO 1. INSTALACIÓN Y CONFIGURACIÓN DE SISTEMAS DE PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES Y DE GESTIÓN DE RELACIONES CON CLIENTES

UNIDAD FORMATIVA 1. INSTALACIÓN DE SISTEMAS OPERATIVOS Y GESTORES DE DATOS EN SISTEMAS ERP-CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMAS OPERATIVOS EN SISTEMAS ERP-CRM.

1. Tipos de sistemas operativos y diferencias.
2. Descripción y características.
3. Esquema hardware de un equipo que pueda albergar sistemas ERP y CRM.
4. Parámetros de configuración del sistema operativo: definición y tipos.
5. El sistema de almacenamiento: unidades y estructura.
6. Fórmulas y tablas para el dimensionamiento de equipos y sistemas operativos sobre los que instalar un ERP y CRM.
7. Procesos de instalación del sistema operativo para soportar sistemas ERP y CRM:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SISTEMAS GESTORES DE DATOS EN SISTEMAS ERP-CRM.

1. Gestores de datos, tipos y características.
2. Arquitectura y componentes de un sistema gestor de datos.
3. Procesos de instalación de un gestor de datos para albergar sistemas ERP y CRM.
4. Parámetros de configuración del gestor de datos.

UNIDAD FORMATIVA 2. INSTALACIÓN Y CONFIGURACIÓN DE SISTEMAS ERP-CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ARQUITECTURA Y CARACTERÍSTICAS DE UN SISTEMA ERP.

1. Organización de una empresa.
2. Definición de las necesidades de una empresa y adaptabilidad dentro del ERP.
3. El módulo básico, funcionalidades operacionales.
4. Arquitectura cliente/servidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÓDULOS DE UN SISTEMA ERP.

1. Características de los módulos funcionales de un sistema ERP.
2. Descripción, tipología e interconexión entre módulos.
3. Obtención de informes y estadísticas referentes a la información de cada módulo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE INSTALACIÓN DEL SISTEMA ERP.

1. Parámetros de configuración del sistema ERP.
2. Otros módulos, características e instalación.
3. Servicios de acceso al sistema ERP.
4. Actualización del sistema ERP y aplicación de actualizaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ENTORNOS DE DESARROLLO.

1. Entornos de desarrollo, pruebas y explotación
2. Instalación y configuración del sistema de transportes.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ARQUITECTURA Y CARACTERÍSTICAS DE UN SISTEMA CRM.

1. Organización de una empresa y de sus relaciones externas, características del negocio electrónico (e-business).
2. El módulo básico, funcionalidades operacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MÓDULOS DE UN SISTEMA CRM.

1. Características de los módulos funcionales de un sistema CRM, tipología, interconexión entre módulos.
2. Obtención de informes y estadísticas referentes a la información de cada módulo.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROCESOS DE INSTALACIÓN DE UN SISTEMA CRM.

1. Parámetros de configuración del sistema CRM.
2. Otros módulos, características e instalación.
3. Servicios de acceso al sistema CRM.
4. Actualización del sistema CRM y aplicación de actualizaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ENTORNOS DE DESARROLLO.

1. Entornos de desarrollo, pruebas y explotación sobre sistemas CRM
2. Instalación y configuración del sistema de transportes.
3. Asistencia técnica remota

UNIDAD FORMATIVA 3. ALMACENAMIENTO DE DATOS EN SISTEMAS ERP-CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMAS DE ALMACÉN DE DATOS (DATA WAREHOUSE) EN SISTEMAS ERP-CRM.

1. Arquitectura y características de los sistemas de almacén de datos sobre sistemas ERP-CRM.
2. Utilización y ventajas de los sistemas de almacén de datos en la empresa.
3. Componentes y módulos de sistemas de almacén de datos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS DE INSTALACIÓN DEL SISTEMA DE ALMACÉN DE DATOS.

1. Parámetros de configuración del sistema de almacén de datos.
2. Actualización del sistema de almacén de datos y aplicación de actualizaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONEXIONES DEL SISTEMA DE ALMACÉN DE DATOS CON LOS SISTEMAS DE ERP Y CRM.

1. Características y parámetros de configuración.
2. Entornos de desarrollo, pruebas y explotación sobre sistemas de almacén de datos: instalación y configuración del sistema de transportes.

PARTE 8. COMMUNITY MANAGER

MÓDULO 1. COMMUNITY MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIAL CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM
5. Atención al Cliente en Facebook
6. Atención al Cliente en Twitter
7. Atención al Cliente en Instagram

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BLOGGING, SEO Y ANALÍTICA

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Blogs y Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Contenido inteligente
5. Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger

5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios

9. Power Editor
10. Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. Twitter Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

MÓDULO 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA

1. Definición de la Web 2.0
2. Tipos de redes sociales
3. Importancia actual del social media
4. El prosumer
5. Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, TWITTER Y LINKEDIN

1. Red social generalista: Facebook
2. 2. Microblogging: Twitter
3. 3. La red social de los profesionales y reclutamiento: LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST

1. El poder del vídeo: Youtube
2. Imagen y branding: Instagram
3. Red de nicho: Pinterest

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN

1. Elección de canales
2. Planificación de la estrategia
3. El contenido es el rey
4. Social Media Engagement
5. ORM: Online Reputation Management

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Social Listening
2. Uso de chatbots en Facebook Messenger
3. Instagram Direct y gestión de comentarios
4. Twitter como canal de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS

1. Definición y funciones del blog
2. Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
3. Configuración inicial de Wordpress
4. Páginas de WordPress
5. Diseño del blog
6. Publicación de contenidos
7. Gestión de comentarios
8. Plugins par aoptimizar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO

1. Herramientas básicas
2. Herramientas de gestión
3. Herramientas de multiposting
4. Herramientas de gestión integral
5. Herramientas de monitorizacion integral

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA

1. Facebook Insights
2. Estadísticas de Instagram
3. Twitter Analytics
4. Analítica en LinkedIn
5. Youtube Analytics