

# MÁSTER

## MÁSTER EN DIGITAL BUSINESS



SELECT  
BUSINESS SCHOOL

SBS007

- CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL +  
RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS -



## DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Digital Business** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer el marketing online y posicionamiento web, el entorno web, el comercio electrónico, las técnicas SEO y SEM, el marketing de contenidos, el desarrollo directivo en control de gestión, la dirección estratégica, la dirección organizacional, la toma de decisiones, la organización y control del plan de medios de comunicación, la gestión de recursos humanos, la gestión financiera y la gestión comercial de ventas. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán hacer un seguimiento autónomo sobre el avance del curso y reforzar aquellos aspectos que considere oportunos.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

## FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA  
1500H



MODALIDAD  
A DISTANCIA / ONLINE  
\*Ambas modalidades incluyen  
módulos con clases en directo



CURSO INICIAL  
ONLINE



TUTORIAS  
PERSONALIZADAS



IDIOMA  
CASTELLANO



DURACIÓN  
HASTA UN AÑO  
\*Prorrogable



## IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~3880€~~  
VALOR 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 DIGITAL BUSINESS**”, de SELECT BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de 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**.

## REDES SOCIALES

---

 [www.facebook.com/SelectBusinessSchool](http://www.facebook.com/SelectBusinessSchool)

 [www.linkedin.com/school/select-business-school/](http://www.linkedin.com/school/select-business-school/)

 [@select\\_business\\_school](https://www.instagram.com/select_business_school)

 [www.escuelaselect.com](http://www.escuelaselect.com)

 [@escuela\\_select](https://twitter.com/escuela_select)

 [www.escuelaselect.com/blog](http://www.escuelaselect.com/blog)

# **CONTENIDO FORMATIVO**

---

## **PARTE 1. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE**

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB**

1. Compra de dominio y contratación de hosting
2. Instalación de Wordpress
3. Configuraciones iniciales
4. Themes
5. Personalización de Wordpress
6. Creación de Posts y Páginas
7. Gestión comentarios
8. Biblioteca Multimedia
9. Gestión de usuarios y roles
10. Herramientas útiles

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB**

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)**

1. SEO local
2. SEO internacional
3. SEO para apps: ASO
4. SEO para Amazon Marketplace
5. SEO en Youtube

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO**

1. Auditoria de indexabilidad
2. Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3. Monitorización de marca

4. Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5. Códigos de estado y Protocolo
6. Análisis Log
7. Análisis de la taxonomía web

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)**

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS**

1. Introducción
2. Tipo de Keywords
3. SEMrush
4. Sistrix
5. LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6. Herramientas gratuitas
7. Extensiones para Chrome

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)**

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO**

1. ¿Qué es Black Hat SEO?
2. White Hat SEO
3. Riesgos del uso de Black Hat SEO
4. Técnicas Black Hat SEO
5. Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
6. Informe de Acciones manuales

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN 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

## **PARTE 2. DESARROLLO DIRECTIVO EN CONTROL DE GESTIÓN**

### **MÓDULO 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMPETITIVIDAD Y MANAGEMENT ESTRATÉGICO**

1. Introducción
2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas
3. La ventaja competitiva y la generación de valor añadido
4. El pensamiento estratégico
5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo
6. Previsión, prospectiva y métodos de escenarios

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO**

1. Las PYMEs como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN**

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS DE GESTIÓN**

1. El Benchmarking como herramienta estratégica de gestión
2. Herramientas para la Gestión de la Calidad Total
3. Técnicas para Mejorar el Funcionamiento de un Equipo

## **MÓDULO 2. DIRECCIÓN ORGANIZACIONAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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 8. EL EQUIPO EN LA ORGANIZACIÓN ACTUA**

9. La importancia de los equipos en las organizaciones actuales
10. Modelos explicativos de la eficacia de los equipos
11. Composición de equipos, recursos y tareas
12. Los procesos en los equipos

## **MÓDULO 3. CONTROL DE GESTIÓN Y CUADRO DE MANDO INTEGRAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRESUPUESTO. ANÁLISIS DE DESVIACIONES**

1. Introducción al Control de Gestión
2. Presupuestos
3. Análisis de desviaciones
4. Análisis mediante ratios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. CENTROS DE RESPONSABILIDAD. AUDITORÍAS DE GESTIÓN**

1. Centros de responsabilidad
2. Criterios de evaluación
3. Centros de costes operativos
4. Centros de gastos discrecionales
5. Normas de Auditoría generalmente aceptadas
6. Auditoría interna y de gestión

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. CUADRO DE MANDO INTEGRAL**

1. Introducción al cuadro de mando integral
2. Construcción del Cuadro de Mando
3. La perspectiva financiera
4. La perspectiva del cliente
5. Perspectiva interna
6. Perspectiva de aprendizaje

## **MÓDULO 4. LA TOMA DE DECISIONES Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LA EMPRESA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA TOMA DE DECISIONES**

1. La toma de decisiones
2. Seguimiento y tratamiento de cuestiones no resueltas
3. Documentar decisiones y acciones
4. Creación de un plan de comunicaciones
5. Poner a las personas en contacto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE DINÁMICA DE GRUPOS EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS**

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

## **MÓDULO 5. FINANCIACIÓN EN LA EMPRESA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS BÁSICOS DEL SISTEMA FINANCIERO Y DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS**

1. El Sistema Financiero
2. Mercados financieros
3. Los intermediarios financieros
4. Los activos financieros
5. Análisis de la Unión Económica y Monetaria de la Unión Europea

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPERACIONES Y CÁLCULO FINANCIERO**

1. Equivalencia financiera de capitales: leyes financieras de capitalización y descuento
2. Capitalización simple y capitalización compuesta
3. Cálculo de: Tasa Anual Equivalente (TAE), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR)
4. Rentas financieras: concepto, elementos que intervienen, valor actual y valor final y aplicación
5. Aplicaciones informáticas de gestión financiera

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. INSTRUMENTOS DE FINANCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL**

1. Tipos de instrumentos: diferencias y similitudes
2. Préstamo: Concepto, elementos y características
3. Sistemas de amortización de los préstamos
4. Crédito: Concepto, elementos, clases



## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE EXPORTACIÓN**

1. Créditos de pre-financiación
2. Créditos de post-financiación: financiación del aplazamiento del pago
3. Financiación de las exportaciones facturadas y financiadas en moneda doméstica
4. Financiación de las exportaciones facturadas en moneda doméstica y financiadas en divisa. Sin cobertura de riesgo de cambio. Con cobertura de riesgo de cambio
5. Financiación de las exportaciones facturadas en divisa y financiadas en moneda doméstica. Sin cobertura de riesgo de cambio. Con cobertura de riesgo de cambio
6. Financiación de las exportaciones facturadas y financiadas en divisas. En la misma divisa. En distinta divisa
7. Documentación
8. Búsqueda de información sobre financiación de exportaciones: fuentes físicas e informáticas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN**

1. Financiación de las importaciones facturadas y financiadas en moneda doméstica
2. Financiación de las importaciones facturadas en moneda doméstica y financiadas en divisa
3. Financiación de las importaciones facturadas en divisa y financiadas en moneda doméstica
4. Financiación de las importaciones facturadas y financiadas en divisas
5. Documentación
6. Búsqueda de información sobre financiación de importaciones: fuentes físicas e informáticas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. OTRAS FORMAS DE FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL**

1. Factoring: modalidades, la firma del contrato de factoring, la tarifa de factoraje y el tipo de interés, partes que intervienen, operativa, plazos de cobro
2. Forfaiting: requisitos para la formalización, plazo de las operaciones, partes que intervienen, operativa, características y diferencias con factoring, coste
3. Operaciones de compensación
4. Financiación de operaciones triangulares

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL CON APOYO OFICIAL**

1. Apoyo a la internacionalización
2. Apoyo a las inversiones exteriores
3. El crédito oficial a la exportación
4. Apoyo financiero oficial de las Administraciones autonómicas y locales
5. Cámaras de Comercio

## **MÓDULO 6. GESTIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS FINANCIEROS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. RIESGO Y ANÁLISIS DEL RIESGO FINANCIERO**

1. Concepto de riesgo y consideraciones previas
2. Tipos de riesgo
3. Las Condiciones del equilibrio financiero
4. El Capital corriente o fondo de rotación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. ANÁLISIS PATRIMONIAL DE LAS CUENTAS ANUALES**

1. Las cuentas anuales
2. Balance de situación
3. Cuenta de resultados
4. Fondo de maniobra

### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANÁLISIS FINANCIERO**

1. Rentabilidad económica
2. Rentabilidad financiera
3. Apalancamiento financiero
4. Ratios de liquidez y solvencia
5. Análisis del endeudamiento de la empresa

### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. PROVEEDORES, CLIENTES Y CASH FLOW**

1. Análisis de los proveedores de la empresa
2. Análisis de los clientes de la empresa
3. Seguimiento del riesgo por parte de las entidades financieras

### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. ANÁLISIS DEL ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**

1. El estado de flujos de efectivo
2. Flujos de efectivo de las actividades de explotación
3. Flujos de efectivo de las actividades de inversión
4. Flujos de efectivo de las actividades de financiación

## **MÓDULO 7. GESTIÓN Y ANÁLISIS DE INVERSIONES**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA**

1. Concepto y clases de inversión
2. El ciclo de un proyecto de inversión
3. Elementos de un proyecto de inversión

### **UNIDAD DIDÁCTICA 16. ANÁLISIS ECONÓMICO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN**

1. Métodos de valoración económica
2. Determinación de los flujos de caja
3. Criterios financieros (VAN y TIR)
4. Selección de proyecto de inversión

## **UNIDAD DIDÁCTICA 17. RIESGO EN EL ANÁLISIS DE INVERSIONES**

1. Métodos simples del tratamiento del riesgo
2. Análisis de la sensibilidad y de los distintos escenarios
3. Decisiones secuenciales: arboles de decisión

## **UNIDAD DIDÁCTICA 18. TIPOS DE INVERSIONES**

1. Inversión en activos fijos
2. Necesidades Operativas de Fondos (NOF)

## **UNIDAD DIDÁCTICA 19. COSTE DEL CAPITAL**

1. Coste de la deuda
2. Coste medio ponderado de capital (WACC)

## **UNIDAD DIDÁCTICA 20. ANÁLISIS DE SITUACIONES ESPECIALES**

1. Proyecto de ampliación
2. Proyecto de outsourcing
3. Alquilar o comprar

## **PARTE 3. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD.**

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor.
2. Diferenciación de conceptos clave:
  - Publicidad ilícita.
  - Publicidad subliminal.
  - Publicidad engañosa y desleal.
3. Regulación publicitaria en Internet.
4. Códigos deontológicos en el sector.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS.**

1. Plan de medios:
  - Concepto.
  - Características y elementos de planificación.
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación:
  - Diferenciación de medios, soportes y formas publicitarias.
  - Publicidad convencional y no convencional.
  - Internet como medio publicitario y de relaciones con clientes.
3. Modelos de planes de medios:
  - Fuentes de información e investigación de medios de comunicación.
  - Características y diferencias.
  - Obtención del ranking de soportes: audiencia, costes, rentabilidad, afinidad, etc.
  - Cuadro de mando de una campaña publicitaria.
4. Criterios de elección de medios y soportes:

- Según producto.
  - Según público objetivo: targets.
  - Evaluación de perfiles y clientes potenciales y objetivos del plan de medios.
  - Tarifas y otros criterios de elección del mix del plan de medios.
5. Formas específicas de publicidad en Internet:
- Banners, Inserciones, Enlaces patrocinados, e-mails comerciales, contenidos a medida, entre otros.
6. Efectividad sobre otras formas y canales publicitarios tradicionales.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.**

1. Calendario de inserciones publicitarias:
  - Representación gráfica del plan de medios.
2. Presupuesto del plan de medios:
  - Confección del presupuesto total y desglosado por períodos y por medios.
  - Recomendaciones para la compra de espacios en medios.
  - Optimización del plan de medios.
3. Ejecución del plan de medios.
  - Relaciones entre agencias y anunciantes.
  - Relaciones entre agencias y los medios.
4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.
  - El contrato de publicidad.
  - El contrato de difusión publicitaria.
  - El contrato de creación publicitaria.
  - El contrato de patrocinio.
  - La contratación «online».
  - Facturación.
5. Cursaje de emisión:
6. Gestión eficiente del cursaje de emisión.
7. Elaboración de órdenes de cursaje.

### **UNIDAD FORMATIVA 2. EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.**

1. Conceptos clave para la medición de audiencia:
  - Audiencia.
  - Cobertura o alcance del plan de medios.
  - Inserciones o frecuencia de la comunicación.
2. Indicadores de medición de audiencias e impacto:
  - Coste Por Mil (CPM).
  - Cobertura neta.
  - Gross Rating Point.
  - Coste por Click (CPC).
3. Fuentes de medición de audiencias e impacto.
  - Encuesta General de Medios (EGM)
  - Sofres TNS (Taylor Nelson Sofres) Audiencia de medios
  - Infoadex
  - OJD (Oficina de Justificación de la Difusión para prensa escrita).

- EGM (Estudio General de Medios de la Asociación para la investigación de medios de Comunicación).
  - Paneles de consumidores y detallistas de Nielsen
  - Estudios de perfiles de audiencias y coberturas de cada soporte.
  - Medición de la audiencia en Internet.
4. Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTROL DE EMISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.**

1. Técnicas y herramientas de control de emisión.
  - Simulación de procesos de control de emisión.
  - Técnicas de búsqueda «on line» y «off line».
2. Control de contenidos pagados y no pagados.
  - Diferencias y similitudes del proceso de control.
  - Control de plan de medios escritos.
  - Control del plan de medios en televisión y radio.
3. Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa:
  - El press clipping: estructura y composición.
  - Generación de informes y conclusiones a partir de la cobertura mediática.
4. Control del plan de medios en Internet.

## **PARTE 4. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

### **MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

#### **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. Modelos de planificación de los Recursos Humanos
7. El caso especial de las Pymes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO**

1. Descripción y Análisis de Puestos de Trabajo
2. El proceso de analizar los puestos de trabajo
3. El análisis de la información

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DEL PERSONAL**

1. Introducción
2. Reclutamiento: definición
3. Canales de reclutamiento
4. Tipos de candidaturas
5. Intermediarios y mediadores en el proceso del reclutamiento
6. Selección. La entrevista laboral
7. Formas de solicitud de empleo
8. Así inflan el currículum los candidatos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. FORMACIÓN EN LA EMPRESA**

1. La formación como opción estratégica
2. El servicio de formación en la organización
3. La elaboración del plan de formación
4. La propuesta del plan de formación
5. Gestión del plan de formación
6. Proceso de gestión de acciones formativas
7. Evaluación del plan de formación

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS**

1. Las competencias, un nuevo enfoque para la gestión empresarial
2. Competencias en el contexto laboral
3. ¿Cómo se adquieren las competencias?
4. Competencias, tipología y significado

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. POLÍTICAS DE GESTIÓN DE PERSONAS**

1. ¿Qué es la gestión por competencias?
2. El proceso de selección
3. Formación basada en competencias
4. La evaluación en el modelo de gestión por competencias
5. Herramientas de evaluación
6. Política de retribución
7. El clima laboral, la motivación y la satisfacción en el trabajo

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTRATOS (I). LA RELACIÓN LABORAL**

1. El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
2. Tiempo de trabajo: jornada laboral, horario, horas extraordinarias, recuperables y nocturnas, descanso semanal, días festivos, vacaciones y permisos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONTRATOS (II). MODALIDADES DE CONTRATACIÓN**

1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
2. Contratos de trabajo de duración indefinida
3. Contratos de trabajo temporales
4. Contrato de trabajo en Prácticas
5. Contrato para la Formación

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DE NÓMINAS Y COTIZACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL**

1. El Salario: elementos, abono, SMI, pagas extraordinarias, recibo y garantía
2. Cotización a la Seguridad Social
3. Retención por IRPF
4. Relación de ejercicios resueltos: Bases y tipos de contingencias

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL TRABAJO Y LA SALUD: LOS RIESGOS PROFESIONALES. FACTORES DE RIESGO**

1. Conceptos básicos: trabajo y salud

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. DAÑOS DERIVADOS DEL TRABAJO. LOS ACCIDENTES DE TRABAJO Y LAS ENFERMEDADES PROFESIONALES. OTRAS PATOLOGÍAS DERIVADAS DEL TRABAJO**

1. Daños para la salud. Accidente de trabajo y enfermedad profesional
2. Enfermedad Profesional

## **UNIDAD DIDÁCTICA 12. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO PREVENTIVO: RUTINAS BÁSICAS**

1. El Plan de Prevención
2. La Evaluación de Riesgos
3. Planificación de Riesgos o Planificación Actividad Preventiva
4. Vigilancia de la Salud
5. Información y Formación
6. Medidas de Emergencia
7. Memoria Anual
8. Auditorías

## **UNIDAD DIDÁCTICA 13. DOCUMENTACIÓN: RECOGIDA, ELABORACIÓN Y ARCHIVO**

1. Documentación: Recogida, elaboración y archivo
2. Modalidades de gestión de la prevención

## **MÓDULO 2. RECURSOS MULTIMEDIA. NOMINAPLUS**

### **PARTE 5. GESTIÓN FINANCIERA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL SISTEMA FINANCIERO**

1. Características generales
2. Análisis del Sistema Financiero Español
  - El Banco de España
  - Entidades de depósito
3. Comisión Nacional del Mercado de valores
  - Instituciones de Inversión Colectiva
  - Entidades de Servicios de Inversión
4. Análisis del Sistema Financiero Europeo
  - El Eurosistema
  - Sistema Europeo de Bancos Centrales (SEBC)
  - Banco Central Europeo (BCE)
5. Legislación Financiera
  - Principales regulaciones financieras

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN BANCARIA**

1. Introducción
2. La Gestión del Negocio Bancario
  - Rentabilidad
  - Seguridad
  - Liquidez
3. Operaciones Bancarias

- Operaciones activas
  - Operaciones Pasivas
  - Operaciones de Garantía
  - Operaciones de Gestión
  - Servicios bancarios
4. La Contabilidad de Gestión en entidades bancarias
- ¿Qué es la Contabilidad de Gestión Bancaria?

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL**

1. El Sistema Financiero
  - Características
  - Estructura
2. Evolución del Sistema Financiero
3. Mercados financieros
  - Funciones
  - Clasificación
  - Principales mercados financieros españoles
4. Los intermediarios financieros
  - Descripción
  - Funciones
  - Clasificación: bancarios y no bancarios
5. Activos financieros
  - Descripción
  - Funciones
  - Clasificación
6. Mercado de productos derivados
  - Descripción
  - Características
  - Tipos de mercados de productos derivados: futuros, opciones, swap

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRODUCTOS FINANCIEROS**

1. Definición de producto financiero
2. Productos Financieros de Inversión
  - Renta Variable
  - Renta Fija
  - Derivados
  - Fondos de Inversión
  - Estructurados
  - Planes de Pensiones
3. Productos Financieros de Financiación
  - Préstamos
  - Tarjeta de Crédito
  - Descuento Comercial
  - Leasing
  - Factoring
  - Confirming

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. FUENTES DE FINANCIACIÓN**

1. Financiación Propia / Financiación Ajena
  - Ampliación de Capital



- Constitución de Reservas
  - Aportaciones de Socios / Partícipes
  - Entidades de Crédito
  - Proveedores
  - Organismos Públicos
2. Las Operaciones de Crédito
    - Concepto
    - Características
    - Liquidación de una Cuenta Corriente de Crédito
  3. Las Operaciones de Préstamo
    - Concepto
    - Elementos
    - Sistemas de Amortización
  4. El Descuento Comercial
    - Concepto
    - Negociación
    - Liquidación
  5. El Leasing
    - El Leasing Financiero
    - Amortización del Leasing
    - Valor Residual
  6. El Renting
    - Concepto
    - Diferencias y similitudes con el Leasing
    - Amortización del Renting
  7. El Factoring
    - El Factoring de Gestión de Cobro
    - El Factoring con Recurso
    - El Factoring sin Recurso

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS ACTIVOS FINANCIEROS COMO FORMAS DE INVERSIÓN**

1. Renta Fija y Renta Variable
  - Depósitos a plazo
  - Títulos de Renta Fija
  - Rentabilidad de los Títulos de Renta Fija
  - Concepto de Títulos de Renta Variable
  - Los Mercados de Títulos de Renta Variable
  - Acciones. Valor de Acciones. Dividendos. Derechos de Suscripción
  - Rentabilidad de los Títulos de Renta Variable
2. Deuda Pública y Deuda Privada
  - Valores o Fondos Públicos
  - Características de los Valores de Deuda Pública
  - Clasificación de la Deuda Pública
  - Letras del Tesoro
  - Pagarés del Tesoro
  - Obligaciones y Bonos Públicos
  - Obligaciones y Bonos Privados
  - Warrants
3. Fondos de Inversión

- Características
  - Finalidad de los Fondos de Inversión
  - Valor de Liquidación
  - La Sociedad Gestora
  - La Entidad Depositaria
  - Instituciones de Inversión Colectiva de carácter financiero
  - Instituciones de Inversión Colectiva de carácter no financiero
4. Productos de Futuros
- Concepto
  - Los FRA (Forward Rate Agreement Acuerdos de Tipos Futuros)
  - Los SWAPS (Permutas Financieras)
  - Opciones
5. Fiscalidad de los Activos Financieros para las empresas
- Renta Fija y Renta Variable
  - Deuda Pública y Deuda Privada
  - Fondos de Inversión
  - Productos de Futuros
6. Análisis de Inversiones
- VAN
  - TIR
  - Pay Back

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLANIFICACIÓN FINANCIERA**

1. Plan de Inversiones y Financiación a largo plazo
- Inversiones de inmovilizado
  - Inversiones de circulante
  - Financiación y sus fuentes
2. Balances de Situación previsionales a largo plazo
- Procedimiento de elaboración
3. Cuentas de Resultados previsionales a largo plazo
- Procedimiento de elaboración
4. Presupuesto de Tesorería a largo plazo
- Procedimiento de elaboración

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. OPERACIONES Y CÁLCULO FINANCIERO**

1. Equivalencia financiera de capitales: leyes financieras de capitalización y descuento
- Operación financiera
  - Leyes financieras
2. Capitalización simple y capitalización compuesta
- La actualización o descuento: cálculo del valor actual y del descuento
  - Equivalencia de capitales
  - Fraccionamiento del tanto de interés. Tantos equivalentes
3. Cálculo de: Tasa Anual Equivalente (TAE), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR)
4. Rentas financieras: concepto, elementos que intervienen, valor actual y valor final y aplicación:
- Rentas constantes
  - Rentas variables
5. Aplicaciones informáticas de gestión financiera:

- Hojas de cálculo en operaciones financieras: Introducción de fórmulas financieras. Análisis de resultados. Archivo. Otros
- Bases de datos: Definición y utilización de informes y formularios. Introducción de datos. Archivo.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. RIESGO Y ANÁLISIS DEL RIESGO FINANCIERO**

1. Concepto de riesgo y consideraciones previas
2. Tipos de riesgo
3. Las Condiciones del equilibrio financiero
4. El Capital corriente o fondo de rotación
  - Evaluación de las necesidades de capital corriente
  - Cálculo del capital corriente mínimo o ideal

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANÁLISIS FINANCIERO**

1. Rentabilidad económica
2. Rentabilidad financiera
3. Apalancamiento financiero
4. Ratios de liquidez y solvencia
  - Ratios de capital corriente
  - Significado del ratio de capital corriente
  - Ratio de giro del activo corriente
  - Índice de solvencia a largo plazo
  - Índice de solvencia inmediata: acid test
5. Análisis del endeudamiento de la empresa
  - Índice de endeudamiento a largo plazo
  - Índice de endeudamiento a corto plazo
  - Índice total de endeudamiento
  - Índice de endeudamiento e índice de autonomía empresarial

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA**

6. Concepto y clases de inversión
  - Activo no corriente o inversiones permanentes
  - Activo corriente o inversiones corrientes
7. El ciclo de un proyecto de inversión
8. Elementos de un proyecto de inversión

## **UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANÁLISIS ECONÓMICO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN**

1. Métodos de valoración económica
2. Determinación de los flujos de caja
3. Criterios financieros (VAN y TIR)
4. Selección de proyecto de inversión

## **PARTE 6. GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. UF1723 DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO DEL COMERCIO Y LA INTERMEDIACIÓN COMERCIAL**

1. El sector del comercio y la intermediación comercial.
2. El sistema de distribución comercial en la economía:
3. Fuentes de información comercial.
4. El comercio electrónico.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPORTUNIDADES Y PUESTA EN MARCHA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN**

1. El entorno de la actividad.
2. Análisis de mercado.
3. Oportunidades de negocio.
4. Formulación del plan de negocio.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO JURÍDICO Y CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL.**

1. Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico.
2. Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia.
3. El contrato de agencia comercial.
4. El código deontológico del agente comercial.
5. Otros contratos de intermediación.
6. Tramites administrativos previos para ejercer la actividad.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA COMERCIAL.**

1. Planificación y estrategias comerciales.
2. Promoción de ventas.
3. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios.
4. Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales.
5. Redes al servicio de la actividad comercial.

### **UNIDAD FORMATIVA 2. UF1724 GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTOS Y CONTABILIDAD BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.**

1. Concepto y finalidad del presupuesto
2. Clasificación de los presupuestos.
3. El presupuesto financiero.
4. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales.
5. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales.
6. El equilibrio patrimonial y sus efectos sobre la actividad.

7. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN BÁSICA Y VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL**

1. Fuentes de financiación de la actividad.
2. Instrumentos básicos de análisis económico-financiero de la actividad.
3. El Seguro.
4. Aplicaciones informática para la gestión económico-financiera básica.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DOCUMENTAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL**

1. Organización y archivo de la documentación.
2. Facturación.
3. Documentación relacionada con la Tesorería.
4. Comunicación interna y externa.
5. Organización del trabajo comercial.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL BÁSICA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL.**

1. Gestión contable básica.
2. Gestión fiscal básica.
3. Gestión laboral básica.
4. Aplicaciones informáticas de gestión contable, fiscal y laboral.

## **MÓDULO 1. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.**

1. Definición y conceptos clave.
2. Establecimiento de los objetivos de venta
3. Predicción de los objetivos ventas.
4. El sistema de dirección por objetivos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES**

1. El reclutamiento del vendedor.
2. El proceso de selección de vendedores.
3. Sistemas de retribución de vendedores.
4. La acogida del vendedor en la empresa.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS**

1. Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2. Estilos de mando y liderazgo.
3. Las funciones de un líder.
4. La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5. El líder como mentor.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL**

1. Evaluación del desempeño comercial:
2. Las variables de control.
3. Los parámetros de control.
4. Los instrumentos de control.
5. Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial.
6. Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS**

1. Necesidad de la formación del equipo.
2. Modalidades de la formación,
3. La formación inicial del vendedor.
4. La formación permanente del equipo de ventas.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL.**

1. Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
2. Identificación del conflicto.
3. La resolución del conflicto.

## **UNIDAD FORMATIVA 1. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL**

1. Fórmulas y formatos comerciales.
2. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial.
3. Estructura y proceso comercial en la empresa.
4. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales.
5. Derechos del consumidor.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL**

1. El vendedor profesional.
2. Organización del trabajo del vendedor profesional.
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

1. Documentos comerciales.
2. Documentos propios de la compraventa.
3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial.
4. Elaboración de la documentación.
5. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA**

1. Operativa básica de cálculo aplicado a la venta.
2. Cálculo de PVP (Precio de venta al público).
3. Estimación de costes de la actividad comercial.
4. Fiscalidad.
5. Cálculo de descuentos y recargos comerciales.
6. Cálculo de rentabilidad y margen comercial.
7. Cálculo de comisiones comerciales.
8. Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses.
9. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes.
10. Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta.

## **UNIDAD FORMATIVA 2. TÉCNICAS DE VENTA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA**

1. Tipos de venta.
2. Fases del proceso de venta.
3. Preparación de la venta.
4. Aproximación al cliente.
5. Análisis del producto/servicio.
6. Características del producto según el CVP (Ciclo del vida de producto)
7. El argumentario de ventas.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA**

1. Presentación y demostración del producto/servicio.
2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
3. Argumentación comercial.
4. Técnicas para la refutación de objeciones.
5. Técnicas de persuasión a la compra.
6. Ventas cruzadas.
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.
8. Técnicas de comunicación no presenciales.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**

1. La confianza y las relaciones comerciales:
2. Estrategias de fidelización.
3. Externalización de las relaciones con clientes. telemarketing.
4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE LA VENTA.**

1. Conflictos y reclamaciones en la venta.
2. Gestión de quejas y reclamaciones.
3. Resolución de reclamaciones.

## UNIDAD FORMATIVA 3. VENTA ONLINE

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet.
2. Utilidades de los sistemas online.
3. Modelos de comercio a través de Internet.
4. Servidores online.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1. El internauta como cliente potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3. Tiendas virtuales.
4. Medios de pago en Internet.
5. Conflictos y reclamaciones de clientes.
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

## MÓDULO 2. PROMOCIONES COMERCIALES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

1. Comunicación comercial.
2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo.
3. La promoción del fabricante y del establecimiento.
4. Formas de promoción dirigidas al consumidor.
5. Selección de acciones.
6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial.
7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Definición y alcance del merchandising.
2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta.
3. Técnicas de rotulación y serigrafía.
4. Mensajes promocionales.
5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

1. Criterios de control de las acciones promocionales.
2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3. Análisis de resultados
4. Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta.
5. Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE

1. Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento.
2. Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.
3. Páginas web comerciales e informativas



4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual
5. Elementos de la promoción on line.

### **MÓDULO 3. INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS.**

1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor.
3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores.
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS.**

1. Presentación de productos/servicios:
2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores.
3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta.
4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica.
6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS.**

1. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica.
2. Complimentación de documentación comercial básica en inglés.
3. Redacción de correspondencia comercial.
4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes.