



MASTER EN DIRECCION Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

HABILIDADES DIRECTIVAS (50 HORAS) 2 ECTS

UD1. Liderazgo y estilos de dirección

1. Introducción
2. Liderazgo y equipo
 - 2.1. Liderazgo
 - 2.2. Gestor/a vs. Líder
 - 2.3. Teorías sobre el liderazgo
 - 2.4. Equipos vs. Grupos
 - 2.5. Barreras del trabajo en equipo
3. Concepto y estilos de dirección
 - 3.1. Influencias del estilo de dirección
 - 3.2. Los seis estilos de dirección
 - 3.3. Compatibilidad de estilos
 - 3.4. Trabajando con los estilos de dirección

UD2. Gestión del cambio

1. El cambio organizativo: conceptos básicos
 - 1.1. Definición y tipos
 - 1.2. Necesidad y fuerzas para el cambio
 - 1.3. Etapas de cambio en las organizaciones
 - 1.4. Tipos y modelos de cambio
2. Resistencia individual al cambio
 - 2.1. Psicológica
 - 2.2. Utilitaria
 - 2.3. Cínica
3. Resistencia organizativa al cambio
 - 3.1. Inercia estructural
 - 3.2. Estaqueidad
 - 3.3. Inercia del equipo
 - 3.4. Amenazas
4. Tratamiento de la resistencia al cambio
5. Detalles de planificación
 - 5.1. Roles
 - 5.2. Matizaciones
 - 5.3. Seguimiento
 - 5.4. Agenda escalonada

UD3. Gestión del conflicto

1. Introducción
2. Definición, tipos y antecedentes del conflicto
 - 2.1. Conflictos funcionales
 - 2.2. Conflictos disfuncionales
3. Relación entre tipologías y estilos de resolución de conflictos
 - 3.1. Tipologías
 - 3.2. Estilos
 - 3.3. Relación tipologías – estilos

UD4. Gestión de la Comunicación

1. Introducción
2. Observar nuestras limitaciones a la hora de comunicarnos
3. Comprender y desarrollar la empatía
 - 3.1. ¿Qué bloquea el desarrollo de la empatía?
 - 3.2. El papel de la empatía en el diálogo
 - 3.3. La práctica de la empatía
4. La escucha
 - 4.1. Variables asociadas a la escucha activa
 - 4.2. Cuando los demás no escuchan
 - 4.3. Liderazgo y escucha
5. La escucha activa en el entorno laboral
 - 5.1. La escucha en diferentes profesiones
 - 5.1.1 La escucha en el ámbito educativo
 - 5.1.2 La escucha en la sanidad
 - 5.1.3 La escucha en el proceso de venta
6. Otras habilidades sociales dentro de las organizaciones
 - 6.1. Interdependencia positiva y trabajo cooperativo
 - 6.2. Asertividad del equipo de trabajo
 - 6.3. Peticiones y demandas
 - 6.4. Saber decir y escuchar “no”

UD5. Reuniones

1. La reunión: definición y funciones
2. Elementos de una reunión
 - 2.1. Elementos previos
 - 2.2. Elementos personales
 - 2.3. Distribución y lugar de reunión
3. Tipos de reuniones
 - 3.1. Informativas
 - 3.2. Consultivo-deliberativas
 - 3.3. Formativas
 - 3.4. Decisorias
4. Fases de una reunión
 - 4.1. Análisis y estudio de su necesidad
 - 4.2. Fase de preparación
 - 4.3. Inicio de la reunión
 - 4.4. Desarrollo de la reunión
 - 4.5. Final de la reunión
 - 4.6. Seguimiento de los acuerdos

UD6. Gestión del tiempo y gestión del estrés

1. Introducción
2. Tiempo como recurso.
3. Gestión eficaz del tiempo.
 - 3.1. Gestión reactiva, activa y proactiva
 - 3.2. Factores que influyen en la gestión del tiempo
 - 3.3. Tipología de tareas
4. Ladrones del tiempo.
 - 4.1. El programa diario: la agenda
5. Gestión del estrés
 - 5.1. ¿Por qué experimentamos estrés?
 - 5.2. Niveles de estrés
 - 5.3. Prevención del estrés

DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS (50 HORAS) 2 ECTS

UD1.Introducción a la Dirección de Recursos Humanos

- 1.1. La dirección de recursos humanos como un área estratégica
- 1.2. El papel de los profesionales de recursos humanos
- 1.3. Ubicación del área de recursos humanos dentro de la organización
- 1.4. Planificación de recursos humanos

UD2.Análisis de descripción de puestos de trabajo

- 2.1. Introducción
- 2.2. Elementos de la Descripción de Puestos de Trabajo
 - 2.2.1. Ubicación del puesto de trabajo
 - 2.2.2. Misión
 - 2.2.3. Dimensiones
 - 2.2.4. Naturaleza y alcance del Puesto de Trabajo
 - 2.2.5. Conocimientos y experiencias requeridos
 - 2.2.6. Otros aspectos
 - 2.2.7. Perfil competencial
- 2.3. Proceso operativo de la Descripción de Puestos de Trabajo

UD3.Evaluación y selección

- 3.1 .Introducción
- 3.2. Reclutamiento
- 3.3. Selección
 - 3.3.1. Entrevistas de selección
 - 3.3.2. Test psicotécnicos
 - 3.3.3. Técnicas de simulación
 - 3.3.4. El informe de selección
- 3.4. Selección basada en competencias
 - 3.4.1 Competencias generales y escalas
 - 3.4.2 Perfil de competencias para un puesto
 - 3.4.3 Simplificación del modelo de competencias para selección
- 3.5. Assessment Center

UD4.Formación y desarrollo

- 4.1. Sentido de la formación en la empresa

- 4.1.1. Estudio de las necesidades de formación
- 4.1.2. Definir objetivos de formación
- 4.1.3. Diseño de acciones formativas
- 4.1.4. Planificación y programas de formación
- 4.1.5. Evaluación
- 4.1.6. Financiación de la formación
- 4.2. Desarrollo de personas y competencias
 - 4.2.1. Proceso de desarrollo de personas
 - 4.2.2. Impacto de los programas de desarrollo en las organizaciones
- 4.3. Gestión del potencial
 - 4.3.1. Promoción
 - 4.3.2. Sucesión
- 4.4. Tendencias en formación

UD5. Retribución y beneficios

- 5.1. Conceptos retributivos
 - 5.1.1. Retribución fija
 - 5.1.2. Retribución variable a corto
 - 5.1.3. Retribución variable a largo
 - 5.1.4. Retribución en especie y diferida
 - 5.1.5. Salario emocional
- 5.2. Pagar en función de qué
 - 5.2.1. Pagar por la cualificación profesional
 - 5.2.2. Pagar por la responsabilidad
 - 5.2.3. Pagar el desempeño
 - 5.2.4. Pagar los resultados
- 5.3. Cuánto pagar
- 5.4. Gestión de las retribuciones
- 5.5. Evaluación del desempeño
 - 5.5.1. Características
 - 5.5.2. Objetivos
 - 5.5.3. Procedimiento
 - 5.5.4. Errores y recomendaciones en la aplicación

UD6. Motivación

- 6.1. Motivación y satisfacción laboral
- 6.2. Teorías de la Motivación
 - 6.2.1. Taylorismo
 - 6.2.2. Escuela de las relaciones humanas
 - 6.2.3. Herzberg: los factores de higiene
 - 6.2.4. La escuela sociológica
 - 6.2.5. Teoría de las necesidades de McClelland
- 6.3. Técnicas y claves para motivar
 - 6.3.1. Técnica Herzberg
 - 6.3.2. Claves para motivar
- 6.4. Motivación y retribución
 - 6.4.1. ¿Por qué no es cierto?
 - 6.4.2. ¿Por qué se cree sinceramente en ello?
 - 6.4.3. Intraemprendedores

UD7.Comunicación. Gestión del conocimiento

- 7.1. Concepto de comunicación
 - 7.1.1. Comunicación descendente
 - 7.1.1.1. Medios para la comunicación descendente
 - 7.1.1.2. Proceso de acogida
 - 7.1.1.3. Problemas de la comunicación descendente
 - 7.1.2. Comunicación ascendente
 - 7.1.3. Comunicación horizontal
- 7.2. Gestión del conocimiento

UD8.Organizaciones, cultura y gestión por proyectos

- 8.1. Estructura y diseño organizativo
- 8.2. Gestión por proyectos
- 8.3. Cultura de la empresa y cambio cultural

DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA Y OPERACIONES (250 HORAS) 10 ECTS

Fundamentos de Estrategia

UD1.Competitividad y management estratégico

- 1. Introducción
 - 1.1 Adaptación permanente
 - 1.2 Ventajas competitivas
- 2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas
 - 2.1. Origen de las ventajas competitivas
- 3. Estrategias de generación de valor añadido
- 4. El pensamiento estratégico y el management estratégico
 - 4.1. Las aptitudes para el management estratégico
- 5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo
- 6. Previsión, prospectiva y método de escenarios
 - 6.1. Métodos de previsión
 - 6.2. Métodos de prospectiva
- 7. El análisis estratégico D.A.F.O.
 - 7.1 Otras herramientas de análisis estratégico
- 8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa
 - 8.1. El ámbito (scope) y campo de actividad
 - 8.2. Las capacidades distintivas
 - 8.3. Las ventajas competitivas
 - 8.4. La sinergia

UD2.Organización y estructuras estratégicas

- 1. Misión de una empresa
- 2. Visión de una empresa
- 3. Valores de una empresa
 - 1. Cultura de la empresa y estrategia.
 - 2. Decisiones estratégicas.
 - 3. Toma de decisiones estratégicas.
 - 4. Niveles de planificación y decisión estratégica: Corporativa, de negocio y funcional.

5. Unidades estratégicas de negocio

UD3.Análisis del entorno general y del entorno específico

1. Entorno competitivo general y específico.
 - 1.1.1 Niveles del entorno.
 - 1.1.2 Entorno específico.
 - 1.1.3 Elementos que pueden afectar al entorno.
2. Análisis de fuerzas en el entorno competitivo.
3. Amenazas provenientes de los competidores.
4. Poder de negociación.

UD4.Diagnóstico Interno y diagnóstico estratégico

1. Análisis funcional
2. Perfil estratégico de la empresa
 - 2.1 Modelo Canvas
3. Cadena de valor.
4. Diagnóstico estratégico.
5. Modelos de matrices.

UD5.Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial

1. Estrategias competitivas.
 - 1.1 Tipos de estrategias genéricas.
 - 1.2 Riesgos en la implementación.
 - 1.3 Riesgos de la estrategia de los costes más bajos.
 - 1.4 Riesgos de la estrategia de diferenciación.
 - 1.5 Riesgos de la estrategia de especialización.
2. Formas de crecimiento empresarial.
3. Integración y diversificación.
4. Estrategias de Internacionalización y globalización de la empresa.
5. Alianzas estratégicas.

UD6.Herramientas estratégicas de gestión

1. Benchmarking.
 - 1.1.1 Objetivos del benchmarking
 - 1.1.2 Tipos de benchmarking
 - 1.1.3 Fases del benchmarking
 - 1.1.4 Como herramienta de desarrollo
 - 1.1.5 Beneficios del benchmarking en la organización
 - 1.1.6 Benchmarking digital
 - 1.1.7 Conclusiones
2. Calidad total y mejora continua.
 - 2.1 Los costes de la calidad
 - 2.2 Mejora continua
 - 2.3 Grupos de mejora
 - 2.3.1 ¿Qué es un grupo de mejora?
 - 2.3.2. Utilidad de los grupos de mejora
 - 2.3.3 Claves del éxito
3. Gestión de la innovación y el conocimiento.
 - 3.1. Innovación de ruptura
 - 3.2. La innovación incremental

- 3.3. ¿Qué hace innovadora a una empresa?
- 3.4. Las personas en la innovación
- 3.5. Factores que favorecen la innovación
- 4. El papel de las Nuevas Tecnologías en los cambios de la gestión
 - 4.1. Efectos de las NTI
 - 4.2. Desaparecen las herramientas tradicionales de comunicación
 - 4.3 La gestión del conocimiento en la organización

Dirección de Operaciones

UD1.Estrategias de producto y de proceso

- 1. Introducción
 - 1.1. Productividad
 - 1.2. Decisiones estratégicas y tácticas
- 2. Estrategia de producto
 - 2.1. Selección del producto
 - 2.2. Desarrollo del producto
 - 2.3. Definición y documentación
 - 2.4. Transición a la producción
- 3. Estrategia de procesos
 - 3.1. Producción ajustada
 - 3.2. Capacidad
 - 3.3. Análisis de equilibrio
 - 3.4. Inversiones

UD2.Herramientas para la Dirección de Operaciones y disponibilidades tecnológicas

- 1. Toma de decisiones
- 2. Estadística
- 3. Disponibilidad tecnológicas
 - 3.1. CAD/CAM
 - 3.2. Control numérico
 - 3.3. Robots
 - 3.4. Almacenamiento automatizado y vehículos auto guiados
 - 3.5. Sistemas flexibles y fabricación integrada por ordenador
 - 3.6. Tecnología en los servicios
 - 3.7. Procesado del transacciones
 - 3.8. Información opera la dirección y soporte de decisiones
 - 3.9. Inteligencia artificial

UD3.Tipos de layout

- 1. Introducción
- 2. Layout de posición fija
- 3. Layout orientado a proceso
- 4. Layout orientado a producto
- 5. Layout de oficinas
- 6. Layout de comercios
- 7. Layout de almacenes

UD4.Líneas de espera o teoría de colas

1. Costes en las colas
2. Características de las llegadas
3. Características de las líneas de espera
4. Características del dispositivo de servicios
5. Medida del funcionamiento de las colas
6. Modelos de cola
 - 6.1. Líneas de espera de servidor único
 - 6.2. Colas multicanal
 - 6.3. Sistemas con tiempo de servicio constante
 - 6.4. Población limitada

UD5.Localización

1. Introducción
2. Factores de la localización
 - 2.1. Productividad de la mano de obra
 - 2.2. Costes
 - 2.3. Tipos de cambio
 - 2.4. Entorno y regulaciones
3. Evaluación de alternativas para la localización
 - 3.1. Método de factores ponderados
 - 3.2. Análisis del punto muerto de localización
 - 3.3. Método del centro de gravedad
4. Localización en el sector servicios
5. Modelo de transporte
6. Método del rincón noroeste
7. Algoritmo de stepping-stone o "paso a paso"
8. Algoritmo de distribución modificada
9. Análisis de localización de instalaciones

UD6.Introducción al concepto de calidad

1. Introducción
2. Gestión de calidad total
3. Herramientas de calidad total
4. Herramientas estadísticas
 - 4.2. Control estadístico de procesos (SQC)
 - 4.3. Muestreos de aceptación

UD7.La gestión de los recursos humanos en la producción

1. La estrategia de recursos humanos
2. Planificación de la mano de obra
3. Diseño de trabajos
 - 3.1. Especialización
 - 3.2. Job-enrichment
 - 3.3. Componentes psicológicos del trabajo
 - 3.4. Ergonomía y métodos
4. Estándares y medición de tiempos
 - 4.1. Experiencia histórica
 - 4.2. Estudio de tiempos
 - 4.3. Tiempos estándares predeterminados
 - 4.4. Muestreo del trabajo

Internacionalización

UD1. Gestión empresarial para la internacionalización. Análisis del entorno económico.

1. Gestión empresarial para la internacionalización
 - 1.1. Dirección estratégica. Planificación. Diagnóstico
2. Análisis del entorno económico
 - 2.1. El entorno económico
 - 2.2. Barreras en el comercio internacional
 - 2.3. Riesgos en el comercio internacional

UD2. Marketing Internacional

1. Introducción
2. El plan de marketing internacional
 - 2.1. Análisis DAFO
 - 2.2. Elección de los criterios de selección de mercados
 - 2.3. La selección de mercados: investigación y elección
3. Formas de acceso a los mercados internacionales
4. Marketing mix internacional

UD3. Contratación, documentación y negociación internacional

1. Introducción
2. La contratación internacional
 - 2.1. Características de los contratos internacionales
 - 2.2. Etapas
 - 2.3. Elementos de un contrato
 - 2.4. Tipos de contratos internacionales
3. Documentos y herramientas en el comercio internacional
 - 3.1. Documentos importantes en el comercio internacional
4. La negociación internacional
 - 4.1. Divergencias en la forma de comunicarnos
 - 4.2. El desarrollo de la negociación

UD4. INCOTERMS y código aduanero

1. Introducción
2. INCOTERMS
 - 2.1. Cláusulas INCOTERMS
 - 2.2. Clasificación de INCOTERMS
 - 2.3. Consideraciones acerca de los INCOTERMS
 - 2.4. Cómo se construye el precio en la oferta internacional
3. Aduanas, códigos y regímenes aduaneros
 - 3.1. Aranceles
 - 3.2. Sistema armonizado
 - 3.3. Nomenclatura combinada
 - 3.4. TARIC
 - 3.5. Valor de la mercancía en aduana a efectos arancelarios

UD5. Transporte internacional

1. Introducción
2. Transporte internacional

- 2.1. Tipos de transportes y características
- 2.2. Elección del medio de transporte

UD6. Financiación internacional. Mercado de divisas y medios de cobros y pagos

1. Introducción
2. Riesgo de cambio
 - 2.1. El seguro de cambio
 - 2.2. Opciones sobre divisas
3. Financiación de operaciones financieras
 - 3.1. Financiación de las importaciones
 - 3.2. Financiación de las exportaciones
4. Medios de cobro y pago internacionales
 - 4.1. Medios simples
 - 4.2. Medios documentarios
 - 4.3. Seguro de impago. Riesgo-país

Entorno económico

UD1. Flujo circular e indicadores

1. Funcionamiento de los mercados
2. Demanda
3. Oferta
4. Ajuste del mercado
5. Rol del estado en la economía
6. Entorno económico y modelos explicativos
7. Flujo circular de la renta
8. Elementos del modelo
 - 8.1. Políticas económicas
9. Indicadores económicos
 - 9.1. Principales indicadores
 - 9.2. Otros indicadores económicos

UD2. Mercado de activos

1. Introducción al mercado de activos
2. Activos financieros
3. El dinero
4. Bancos comerciales
5. El banco central
6. Creación de dinero
7. Financiación mediante activos financieros

UD3. Doble ajuste de los mercados

1. Supuestos del modelo
2. Oferta y demanda de dinero
3. Política monetaria
4. Mercado de activos y mercado de bienes
5. Ajuste doble de los mercados
 - 5.1. Efecto de la política monetaria en el doble ajuste
 - 5.2. Efecto de la política fiscal en el doble ajuste

- 5.3. Efecto conjunto de las políticas monetaria y fiscal
- 6. Mercados de activos en economías abiertas
- 6.1. Movilidad de capitales con tipos de cambio flexibles
- 6.2. Movilidad de capitales con tipos de cambio fijos
- 7. Políticas de demanda con movilidad de capitales

UD4. Oferta y demanda agregada

- 1. Introducción
- 1.1. Sector familias y sector empresas
- 1.2. Sector público
- 1.3. Sector exterior
- 2. Oferta agregada
- 3. El mercado de trabajo y los salarios
- 4. Demanda agregada a precios variables
- 5. Efectos de la oferta y demanda agregadas

UD5. Problemas económicos

- 1. Estanflación
- 2. Impacto de las expectativas
- 3. Políticas de demanda contra la estanflación
- 3.1. Efecto general de las políticas de demanda
- 3.2. Efecto de la política fiscal
- 3.3. Efecto de la política monetaria
- 3.4. Efecto de la política comercial
- 4. Políticas de oferta contra la estanflación
- 4.1. Efecto de la política de rentas
- 4.2. Efecto de la política estructural
- 5. El tratamiento de la estanflación
- 6. Alteraciones a largo plazo
- 7. Principales problemas económicos
- 7.1. Desempleo
- 7.2. Inflación
- 7.3. Déficit público
- 7.4. Déficit comercial

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL (50 HORAS) 2 ECTS

UD1. Introducción al marketing digital en la empresa

- 1. Conceptualización del Marketing Digital
- 1.1 Características del marketing digital
- 2. Formas de Marketing en Internet
- 2.1 Marketing OnetoOne
- 2.2 Marketing de permiso
- 2.3 Marketing de atracción
- 2.4 Marketing de retención
- 2.5 Marketing de recomendación
- 3. El usuario digital
- 3.1 Comportamiento del usuario en Internet
- 3.2 Prototipo de comprador
- 3.3 Hay que pensar como un editor

- 3.4 Crowdsourcing
- 4. El contenido
 - 4.1 Técnicas para generar contenido
 - 4.2 Storytelling
 - 4.3 Marketing viral
- 5. Estrategias de CRM
 - 5.1 Introducción y definición de estrategias de CRM
 - 5.2 Tipos de CRM
 - 5.3 Componentes a considerar en una estrategia de CRM
 - 5.4 Beneficios de la estrategia CRM
 - 5.5 Implantación de CRM
 - 5.5.1 Factores clave de la implantación de CRM
 - 5.5.2 Como asegurar el éxito en la implantación de CRM
 - 5.5.3 Criterios de valoración
- 6. Ventajas del marketing digital para las empresas
 - 6.1 Marketing tradicional vs. Marketing digital
 - 6.2 Transformación digital de la empresa
 - 6.3 Objetivos del marketing Digital
 - 6.4 Principales estrategias de Marketing Digital
 - 6.5 Planificación Estratégica

UD2. Análisis y herramientas estratégicas del marketing digital

- 1. Identificación del público objetivo
 - 1.1 Segmentación
 - 1.2 Requisitos de la segmentación
 - 1.3 Criterios de segmentación
 - 1.4 Métodos de segmentación
 - 1.5 Tipos de estrategias
 - 1.6 Segmentación a través de la comunicación
- 2. Programas de afiliación
 - 2.1 Éxito de la afiliación
- 3. Posicionamiento
 - 3.1 SEO
 - 3.2 SEO Vs SEM
 - 3.3 Optimización del sitio web
 - 3.3.1 Elección de keywords
 - 3.3.2 Lista de términos de marketing por encuesta
 - 3.3.3 Lista de términos populares
 - 3.3.4 Otras herramientas
 - 3.4 SEM
 - 3.4.1 La publicidad en buscadores
 - 3.4.2 Anuncios de búsqueda
 - 3.4.3 Tipos de anuncios de búsquedas
 - 3.4.4 Anuncios de texto
 - 3.5 Google Adwords
 - 3.5.1 Cómo funciona Google Adwords
 - 3.5.2 Ventajas de Google Adwords
 - 3.5.3 Posición de los anuncios
- 4. Métricas y analítica web
 - 4.1 Medición de las visitas

- 4.2 Google Analytics
- 5. E-Commerce
- 5.1 Tipos de comercio electrónico
- 5.2 Ventajas del comercio electrónico
- 5.3 Modelos de negocio del e-commerce
- 5.4 E-procurement
- 5.5 Gestión logística del modelo de e-commerce

UD3. Marketing y comunicación online

- 1. Marketing en redes sociales
 - 1.1 Facebook
 - 1.2 Instagram
 - 1.3 Twitter
 - 1.4 Youtube
 - 1.5 Elegir el medio social adecuado
 - 1.6 Sacar el máximo partido a las redes sociales
 - 1.7 La figura del Community Manager
 - 1.7.1 Habilidades, aptitudes y actitudes del community manager
 - 1.7.2 Funciones y objetivos del community manager
 - 2. Campañas de comunicación online
 - 2.1 Características de la campaña de comunicación
 - 2.2 Efectos de una campaña de comunicación en la red
 - 2.3 El briefing publicitario
 - 2.4 Promoción en internet
 - 2.4.1 Motores de búsqueda
 - 2.4.2 Intercambio de enlaces
 - 2.4.3 Estrategias virales
 - 2.4.4 Relaciones Públicas
 - 2.4.5 Medios tradicionales
 - 2.4.6 Publicidad a través de e-mail
 - 2.4.7 Asociaciones
 - 2.4.8 Publicidad pagada
 - 2.5 La comunicación 360°
 - 2.6 La regla de las 4 F
 - 2.6.1 Flujo de información
 - 2.6.2 Funcionalidad
 - 2.6.3 Feedback
 - 2.6.4 Fidelización
 - 2.7 Reacción y adaptación
 - 3. La Publicidad on-line
 - 3.1 Concepto de publicidad on-line
 - 3.2 Formas de publicidad on-line
 - 3.3 Formas publicitarias on-line no convencionales
 - 3.4 Tarifas de publicidad on-line
 - 3.4.1 Precios de los medios publicitarios
 - 3.4.2 Banners
 - 3.5 Eficacia publicitaria
 - 3.5.1. Medición de la eficacia publicitaria en internet
 - 3.6 Tendencias de publicidad on-line
 - 3.6.1 El futuro de la publicidad on-line
-

CONTABILIDAD DE COSTES (50 HORAS) 2 ECTS

UD1. Costes: conceptos básicos

1. Contabilidad analítica. Principios Básicos
 - 1.1. Contabilidad interna y externa
2. Coste
 - 2.1. Clasificación de los costes
3. Amortización
4. Decisiones basadas en los costes
 - 4.1. Coste objetivo
 - 4.2. Fijación de precios de venta
 - 4.3. Fabricar o subcontratar
 - 4.4. Eliminación de una parte de la empresa
 - 4.5. Sustitución de equipos productivos
 - 4.6. Limitaciones de datos de costes para la toma de decisiones

UD2. Sistemas de costes

1. Introducción
2. Sistemas de coste completo
 - 2.1. Sistemas de coste por Secciones homogéneas
 - 2.1.1. Aplicación de un sistema con secciones homogéneas
 - 2.1.2. Ejemplo de aplicación de un sistema de coste completo por secciones homogéneas

UD3. Direct Costing

1. Sistemas de costes directos
2. Fijación del precio de venta de un producto o servicio
3. Otros sistemas de costes parciales
4. El punto de equilibrio y el análisis coste-volumen-beneficio

UD4. Sistema de costes ABC

1. Introducción al sistema ABC
2. El concepto de actividad: Sus clases
 - 2.1 Clasificación de actividades
 - 2.2 Inductores de costes
 - 2.3 Sistema de costes basado en las actividades
3. Ventajas e inconvenientes del ABC

UD5. Sistemas de contabilidad a costes históricos

1. Modelos anglosajones de contabilidad de costes
2. Costes por órdenes de trabajo o pedidos
3. Costes por procesos
4. Modelos de cálculo mixtos: Costes por operaciones y Just in Time
5. El resultado interno histórico
 - 5.1. La noción de resultado en la empresa: resultado y rendimiento
 - 5.2. Concepciones en torno a los resultados externo e interno
 - 5.3. El Resultado Interno Global

CONTROL DE GESTIÓN EN LA EMPRESA (50 HORAS) 2 ECTS

UD1. Control de Gestión

1. Introducción
2. La evolución del entorno
3. La empresa y su gestión
4. El nacimiento del Control de Gestión
5. La noción de Control de Gestión
6. Los sistemas de control en una empresa
7. Las funciones del control de gestión
8. El control de gestión dentro de la organización
9. Cuadro Resumen Control de Gestión

UD2.Presupuestos. Análisis de desviaciones

1. Presupuestos
 - 1.1. Presupuestar y planificar
 - 1.2. Ciclo presupuestario
 - 1.3. Objetivos y conflictos
 - 1.4. Componentes del presupuesto maestro
2. Análisis de desviaciones
 - 2.1. Técnica básica
 - 2.2. Técnicas específicas
 - 2.3. Cuadro general de desviaciones
- 3.-Análisis mediante ratios

UD3. Centros de responsabilidad. Auditorías de gestión

1. Centros de Responsabilidad
2. Criterios de Evaluación
 - 2.1. Controlabilidad
 - 2.2. Congruencia
3. Centros de Costes Operativos
4. Centro de Gastos Discrecionales
 - 4.1. Presupuesto de base cero
5. Auditoría Interna y de Gestión

UD4: Cuadro de mando integral

1. Introducción al cuadro de mando integral
 - 1.1. Traducir la visión y la estrategia
 - 1.2. Comunicar y vincular los objetivos con sus indicadores
 - 1.3. Alinear las iniciativas estratégicas
 - 1.4. Seguimiento estratégico
2. Construcción del cuadro de mando
3. La perspectiva financiera
4. La perspectiva de cliente
 - 4.1. Incremento de clientes
 - 4.2. Retención de clientes
 - 4.3. Satisfacción del cliente
 - 4.4. Rentabilidad del cliente
 - 4.5. Valor añadido
5. La perspectiva interna
 - 5.1. Proceso de innovación

- 5.2. Proceso operativo
- 5.3. Procesos postventa
- 6. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento
 - 6.1. Capacidades de los empleados
 - 6.2. Capacidades del sistema de información
 - 6.3. Motivación, delegación y coherencia