

Administración de empresas

Titulación de máster emitida por Mediterránea Business School

Módulos:

- Administración de empresas (MBSADE)
- Dirección de empresas (MBSDEMP)
- Marketing y gestión comercial (MBSMYGC)

¿Qué vas a aprender?

- Administrar y dirigir empresas
- Mirar a la empresa desde una perspectiva global y estratégica
- Desarrollar habilidades necesarias para dirigir una organización
- Crear y liderar tus propios proyectos
- Fomentar el trabajo en equipo y el buen funcionamiento de los distintos organismos que forman una empresa



TEMARIO RESUMIDO

MÓDULO 1: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INICIACIÓN A LAS FINANZAS

1. INTRODUCCIÓN
2. BALANCE DE SITUACIÓN
3. CICLO CONTABLE
4. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO FINANCIERA
6. CONTABILIDAD DE COSTES
7. FINANCIACIÓN

CONTABILIDAD DE COSTES

1. INTRODUCCIÓN
2. CLASIFICACIÓN DE COSTES
3. SISTEMAS DE COSTES PARCIALES
4. SISTEMAS DE COSTES COMPLETOS (FULL COST)
5. SISTEMA DE COSTES ABC

BALANCED SCORECARD. CUADRO DE MANDO INTEGRAL

1. INTRODUCCIÓN AL CUADRO DE MANDO INTEGRAL
2. LAS PERSPECTIVAS DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL



3. EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL COMO INSTRUMENTO PARA IMPLANTAR LA ESTRATEGIA EN LA EMPRESA
4. IMPLANTACIÓN DE UN PROGRAMA DE GESTIÓN DE CUADRO DE MANDO INTEGRAL
5. INDICADORES Y RATIOS
6. APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA ELABORACIÓN DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL

GESTIÓN DE COBROS Y MOROSOS

1. GESTIÓN DE COBROS
2. GESTIÓN DE IMPAGADOS
3. SOLUCIONES EXTRAJUDICIALES A LOS IMPAGOS
4. SOLUCIONES JUDICIALES A LOS IMPAGOS
5. EL CONCURSO DE ACREEDORES

PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITAL Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO

1. INTRODUCCIÓN
2. ANÁLISIS DEL RIESGO (I): RIESGO GEOGRÁFICO
3. ANÁLISIS DEL RIESGO (II): SECTORES
4. MEDIDAS DE DILIGENCIA DEBIDA
5. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN
6. CONTROL INTERNO
7. CONTROL EXTERNO
8. INFRACCIONES Y SANCIONES

MEDIDAS Y BUENAS PRÁCTICAS EN IGUALDAD EN LA EMPRESA



1. INTRODUCCIÓN
2. MEDIDAS DE IGUALDAD
3. MÉTODOS DE EVALUACIÓN
4. BUENAS PRÁCTICAS EN IGUALDAD
5. COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD
6. PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DE LA EMPRESA EN IGUALDAD

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES NIVEL BÁSICO

1. CONCEPTOS BÁSICOS
2. MARCO NORMATIVO BÁSICO
3. LUGARES DE TRABAJO
4. EQUIPOS DE TRABAJO
5. ORDEN Y LIMPIEZA
6. MANIPULACIÓN MANUAL DE CARGAS
7. HIGIENE POSTURAL
8. RIESGO ELÉCTRICO
9. RIESGO QUÍMICO
10. RIESGO BIOLÓGICO
11. RIESGOS PSICOSOCIALES
12. SISTEMAS ELEMENTALES DE CONTROL DE RIESGOS: PROTECCIÓN COLECTIVA E INDIVIDUAL
13. EMERGENCIAS Y EVACUACIÓN
14. CONTROL DE LA SALUD
15. ELEMENTOS BÁSICOS DE GESTIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS
16. PRIMEROS AUXILIOS
17. SEGURIDAD VIAL



MÓDULO 2: DIRECCIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIO (BUSINESS PLAN)

1. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: EL EMPRENDEDOR, LA OPORTUNIDAD Y EL PLAN DE NEGOCIO
2. DEFINICIÓN DEL PROYECTO EMPRESARIAL
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA EMPRESA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO
4. PLAN DE MARKETING
5. PLAN DE INVERSIONES
6. PLAN DE OPERACIONES
7. PLAN DE RECURSOS HUMANOS
8. PLAN FINANCIERO
9. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO
10. PLAN JURÍDICO MERCANTIL
11. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

INSTRUMENTOS DE FINANCIACIÓN

1. INTRODUCCIÓN
2. FINANCIACIÓN A CORTO Y A LARGO PLAZO
3. FINANCIACIÓN DE OPERACIONES CON EL EXTERIOR
4. FINANCIACIÓN DEL PATRIMONIO NETO
5. OTRAS VÍAS DE FINANCIACIÓN

FRANQUICIAS

1. INTRODUCCIÓN



2. EL SISTEMA DE FRANQUICIA
3. PASOS PREVIOS: LA AUTOEVALUACIÓN DEL FRANQUICIADO
4. LA ELECCIÓN DE LA FRANQUICIA
5. CONTRATACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO
6. LA DOCUMENTACIÓN EN EL SISTEMA DE FRANQUICIA
7. FORMACIÓN: LA TRANSMISIÓN DEL KNOW-HOW
8. FACTORES DE ÉXITO EN EL NEGOCIO DE FRANQUICIAS

MANAGEMENT ESTRATÉGICO

1. MANAGEMENT ESTRATÉGICO
2. ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA ESTRATÉGICA
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO
4. DIAGNÓSTICO
5. POLÍTICAS DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL
6. HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS DE GESTIÓN

EL TRABAJO EN EQUIPO

1. EL TRABAJO EN EQUIPO
2. TEORÍAS DE LA MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO
3. TOMA DE DECISIONES. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS. CAMBIO ORGANIZACIONAL
4. TÉCNICAS DE TRABAJO EN EQUIPO. REUNIONES DE TRABAJO. MOTIVACIÓN LABORAL

PROTOCOLO Y ETIQUETA EN EVENTOS

1. EL PROTOCOLO



2. LA ETIQUETA
3. EL BANQUETE
4. PROTOCOLO INTERNACIONAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL

1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
2. ORGANISMOS INTERNACIONALES Y BUENAS PRÁCTICAS EN RSE
3. ESTÁNDARES INTERNACIONALES Y SISTEMAS DE GESTIÓN
4. CASOS DE ÉXITO EN LA IMPLANTACIÓN DE POLÍTICAS DE RSE
5. SITUACIÓN ACTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
6. EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y MEDIOAMBIENTE
7. FUTURO Y TENDENCIAS

DELEGACIÓN

1. LA DELEGACIÓN
2. TIPOS DE TAREAS
3. VENTAJAS Y OBSTÁCULOS A LA DELEGACIÓN
4. PROCESO DE DELEGACIÓN

GESTIÓN DEL CAMBIO

1. ¿QUÉ ES EL CAMBIO?
2. MODELOS Y DINÁMICA DEL CAMBIO
3. RESISTENCIA AL CAMBIO
4. PLANIFICACIÓN DEL CAMBIO



REUNIONES EFICACES

1. CONCEPTOS BÁSICOS
2. TIPOS DE REUNIONES
3. FASES Y DESARROLLO DE UNA REUNIÓN
4. DECÁLOGO DEL BUEN COMUNICADOR

GESTIÓN DEL TIEMPO

1. EL TIEMPO
2. TIPOLOGÍA DE TAREAS
3. LADRONES DE TIEMPO
4. GESTIÓN EFICAZ DEL TIEMPO

TOMA DE DECISIONES

1. CONCEPTOS BÁSICOS
2. TOMA DE DECISIONES
3. TÉCNICAS DE TRABAJO EN GRUPO

COACHING Y MENTORING

1. INTRODUCCIÓN
2. EL PROCESO DE COACHING
3. TIPOS DE COACHING
4. COMPETENCIAS DEL COACH
5. HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS
6. ACREDITACIÓN DEL COACH



7. ORIENTACIÓN PROFESIONAL O MENTORING

COMUNICACIÓN EFICAZ CON PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA (PNL)

1. INTRODUCCIÓN
2. HISTORIA BREVE DE LA PNL
3. COMPONENTES DE LA PNL
4. LAS CLAVES DE LA BUENA COMUNICACIÓN EN PNL
5. PREMISA BÁSICA DE LA PNL: EL MAPA NO ES EL TERRITORIO
6. IGUALANDO LOS MAPAS: CREANDO RAPPORT, EMPATÍA O “FEELING” PARA DESPUÉS DIRIGIR O LIDERAR
7. SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN SENSORIAL
8. CLAVE DE ACCESO: MOVIMIENTOS OCULARES
9. VENCER LAS RESISTENCIAS EN LA CONVERSACIÓN
10. EL METAMODELO
11. LAS PRESUPOSICIONES
12. EL REENCUADRE
13. LOS METAPROGRAMAS

MÓDULO 3: MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL

MARKETING AVANZADO

1. POLÍTICAS DE PRODUCTO Y PRECIO
2. POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN
3. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN
4. MARKETING ESTRATÉGICO



5. PLAN DE MARKETING
6. RELACIONES PÚBLICAS, MARKETING DIRECTO Y MARKETING RELACIONAL
7. MARKETING DIGITAL
8. INTERNACIONALIZACIÓN

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DEL MARKETING

1. EL MIX DE COMUNICACIÓN
2. PUBLICIDAD
3. PROMOCIÓN DE VENTAS
4. RELACIONES PÚBLICAS
5. MARKETING DIRECTO

EL CLIENTE. TIPOS Y MOTIVOS DE COMPRA

1. INTRODUCCIÓN
2. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y DE PERSONALIDAD DE LOS CLIENTES
3. INFLUENCIAS SOCIALES
4. LAS NECESIDADES DEL CLIENTE
5. MOTIVACIÓN DE COMPRA
6. PROCESO DE COMPRA
7. INVESTIGACIÓN DE LAS NECESIDADES Y MOTIVACIONES DE COMPRA

DIRECCIÓN COMERCIAL

1. ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
2. PERFIL DEL VENDEDOR. CREACIÓN DE UN EQUIPO DE VENTAS
3. SELECCIÓN, SOCIALIZACIÓN Y FORMACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS



4. PROCESO DE VENTA
5. PREVISIÓN DE DEMANDA Y TERRITORIOS DE VENTA
6. SUPERVISIÓN, MOTIVACIÓN Y GASTOS
7. COMPENSACIÓN Y VALORACIÓN DEL DESEMPEÑO
8. ANÁLISIS DEL RENDIMIENTO DE LAS VENTAS

NEGOCIACIÓN COMERCIAL

1. CONCEPTOS BÁSICOS
2. EL NEGOCIADOR
3. PROCESO DE NEGOCIACIÓN
4. ESTRATEGIAS, TÁCTICAS Y COMUNICACIÓN

SERVICIO POSTVENTA

1. SERVICIO AL CLIENTE
2. SERVICIO POSTVENTA

