



MBA

**GADE**   
BUSINESS SCHOOL

## INNOVACION, DOSIS DE REALIDAD, COMPETITIVIDAD **LAS TECNICAS QUE NECESITA UN GRAN EMPRESARIO**

**Asegura el éxito en un puesto de gran responsabilidad, sé el más preparado para el puesto que demandan las grandes empresas**

La formación no lo es todo en un master, es uno de los factores fundamentales, pero no es el único, por ello creamos master que se adaptan al mundo real, a situaciones que se dan en el mundo laboral.

La dirección de una empresa es una labor difícil, con problemas muy diversos que pueden afectar a la productividad y a muchos otros factores del negocio, con una formación basada en experiencia, casos reales y experiencias propias de los propios profesores, podrás abordar un puesto de trabajo de estas características con un punto de vista real y completamente objetivo.

Además de formación, potenciaremos tu crecimiento personal, te formaremos como un líder, una persona en la que inspirarse, alguien en quien confiar, capaz de tomar decisiones sin titubear, siendo firme y profesional en tu trabajo.

Además de la dirección de empresas este master se estructura en diversidad de áreas que abarcan temas generales que complementarán tu comprensión del entorno habitual de una gran empresa, que podrás gestionar sin problemas.

## LA BUSQUEDA DE EFICIENCIA **CON LOS METODOS MAS MODERNOS**

**Te preparamos para asumir con éxito puestos de responsabilidad, ofreciendo la formación y habilidades que demandan las empresas**



### Cuales son los **BENEFICIOS**

Potenciar la capacidad analítica, habilidades de dirección y comprender los problemas de la toma de decisiones.

Conocer las herramientas más novedosas del marketing y formular diagnósticos y planes de acción.

Conocer las experiencias de éxito de otras empresas.

Mejorar la capacidad de resolución de problemas y abordar situaciones que precisan decisiones estratégicas.

Evaluar y liderar proyectos y personas, motivar y comunicar de forma eficaz.

Promover, organizar, gestionar y dirigir departamentos de una empresa, gestionar los RR.HH y la gestión laboral.

Establecer estrategias ganadoras para negociar con éxito.

Analizar balances, elaboración de impuestos, gestionar tesorería.

Manejar conceptos contables, financieros y fiscales.

Adquirir espíritu emprendedor y una visión multidisciplinar...

### **...Y UN LARGO ETCETERA**



### Quienes son los **DESTINATARIOS**

**Profesionales que se enfrentan a un nuevo rol**  
**Profesionales que desean reorientar su carrera**  
**Emprendedores que quieren iniciar un proyecto empresarial**  
**Titulados sin experiencia que buscan complementar su formación o mejorar sus habilidades directivas**  
**Ejecutivos y directivos que necesitan una formación práctica y eficaz para su trabajo diario**



### Salidas **PROFESIONALES**

**Liderar equipos de trabajo**  
**Emprender un proyecto empresarial**  
**Dirigir y gestionar una empresa**  
**Consultoría de empresas**  
**Director dpto. RR.HH.**  
**Director dpto. financiero**  
**Director dpto. contable**  
**Director dpto. marketing**  
**Director dpto. comercial**  
**y muchos otros**

Área  
**1**

**FUNDAMENTOS DE MARKETING**

1. Introducción al marketing.
2. Entorno de marketing.
3. El mercado.
4. Comportamiento del consumidor.
5. La demanda.
6. El plan de marketing.

**ANEXO** Atraer clientes en tiempos de crisis.

Área  
**2**

**MARKETING ESTRATEGICO**

1. Planificación estratégica.
2. Segmentación y posicionamiento.
3. Sistemas de información de marketing.
4. Investigación de mercado.
5. Estrategias de marketing del s.XXI.
6. Organización y control de marketing.

Área  
**3**

**MARKETING MIX I**

1. Producto.
2. Precio.
3. Distribución.

Área  
**4**

**MARKETING MIX II**

1. Publicidad.
2. Medios no convencionales.
3. Marketing directo y relacional.

**ANEXO** Trucos publicitarios.

Área  
**5**

**TECNOLOGIA E INTERNET**

1. La economía digital.
2. Estrategias de marketing Online.
3. Comercio electrónico.
4. CRM, ERP y bases de datos.

**ANEXO I** Perfil sociodemográfico de los internautas.

**ANEXO II** La web 2.0.

**ANEXO III** El éxito de facebook y estrategias de éxito para generar usuarios.

**ANEXO IV** Diccionario de tecnología e Internet.

**Área 6** DIRECCION Y GESTION COMERCIAL

1. Organización y estructura comercial.
2. El vendedor y el equipo de ventas.
3. La venta y la entrevista de ventas.
4. Técnicas de ventas.
5. Selección, formación y remuneración de vendedores.
6. Previsión y control de ventas.

**ANEXO I** Estrategias para superar objeciones en ventas.

**ANEXO II** Anécdotas de ventas.

**Área 7** CALIDAD Y SERVICIO

1. Calidad total.
2. Marketing de servicios.
3. Calidad de servicio.
4. Satisfacción del cliente.
5. Fidelización.
6. Atención al cliente.

**Área 8** COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción al marketing internacional.
2. Segmentación, posicionamiento e investigación comercial internacional.
3. Estrategias del marketing internacional.
4. Plan de marketing internacional.
5. Comercio exterior.

**Área 9** CONTABILIDAD FINANCIERA I

1. La reforma mercantil en materia contable. Estructura del plan general de contabilidad. El marco conceptual.
2. Estructura e instrumentos contables.
3. Marco normativo del nuevo PGC.
4. Obligaciones formales.
5. Normas NIC y NIIF.

**Área 10** CONTABILIDAD FINANCIERA II

1. Compras y gastos.
2. Ingresos por ventas y prestación de servicios.
3. La actividad empresarial: ventas, ingresos y derechos de cobro. Consideraciones.
4. Ventas e ingresos por prestación de servicios.
5. Existencias.

Área  
**11**

**CONTABILIDAD FINANCIERA III**

1. El inmovilizado material.
2. Inmovilizado intangible, activos no corrientes para la venta y arrendamientos.
3. Pasivos financieros e instrumentos de patrimonio.
4. Ajustes, periodificación contable y consolidación.
5. Impuesto sobre el valor añadido. Impuesto general indirecto canario.
6. Impuesto sobre beneficios.

Área  
**12**

**CONTABILIDAD FINANCIERA IV**

1. Provisiones y contingencias.
2. Fondos propios.
3. Deudas no comerciales.
4. Activos financieros (I) Préstamos y partidas a cobrar. Inversiones mantenidas hasta el vencimiento. Activos mantenidos para negociar.
5. Activos financieros (II). Inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociados. Activos financieros disponibles para la venta. Casos particulares.
6. Pasivos por retribuciones al personal. Pagos basados en acciones, subvenciones, donaciones y legados.
7. Combinaciones de negocios.

Área  
**13**

**IMPUESTOS DIRECTOS. IRPF**

1. Naturaleza, objeto y ámbito de aplicación.
2. Base imponible. Determinación de la renta.
3. Rendimientos del capital.
4. Rendimientos de actividades económicas.
5. Ganancias y pérdidas patrimoniales.
6. Mínimo personal y familiar.
7. Base liquidable.
8. Cuota estatal.
9. Gravamen autonómico o complementario y cuota diferencial.

Área  
**14**

**CONTABILIDAD DE SOCIEDADES I**

1. Naturaleza, ámbito y hecho imponible. Sujeto pasivo y domicilio fiscal.
2. Exenciones, base imponible y amortizaciones.
3. Pérdida de valor de elementos patrimoniales.
4. Provisión para riesgos y gastos.
5. Gastos no deducibles.

Área  
**15** **CONTABILIDAD DE SOCIEDADES II**

1. Reglas especiales de valoración.
2. Imputación temporal. Rentas exentas y otras deducciones en la base imponible.
3. Reinversión, beneficios extraordinarios y compensación. Bases imponibles negativas.
4. Periodo impositivo, devengo, tipos de gravamen y cuota íntegra.
5. Deducciones para evitar la doble imposición.
6. Bonificaciones.

Área  
**16** **CONTABILIDAD DE SOCIEDADES III**

1. Deducciones para incentivar la realización de determinadas actividades.
2. Retenciones e ingresos a cuenta de pagos fraccionados.
3. Gestión del impuesto.

Área  
**17** **CONTABILIDAD DE SOCIEDADES IV**

1. Instituciones de inversión colectiva.
2. Régimen de fusiones, escisiones, aportaciones de activos y canje de valores.
3. Transparencia fiscal internacional.
4. Empresas de reducida dimensión y régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero.
5. Régimen de las entidades parcialmente exentas.
6. Régimen fiscal de las cooperativas.
7. Régimen fiscal de las fundaciones.

Área  
**18** **IMPUESTOS INDIRECTOS: I.V.A:**

1. Naturaleza del impuesto y ámbito de aplicación.
2. Hecho imponible: entrega de bienes y prestaciones de servicios.
3. Hecho imponible: adquisiciones intracomunitarias de bienes. Importaciones.
4. La base imponible en la entrega de bienes y en la prestación de servicios.
5. Los sujetos pasivos del impuesto, el tipo impositivo y las deducciones.
6. Devoluciones.

## Área **19** MERCANTIL EMPRESARIAL

1. Sociedad anónima.
2. Sociedad limitada y otras formas societarias.
3. Delitos societarios.
4. Procedimientos concursales y código penal.

## Área **20** RELACIONES LABORALES BASICAS

1. Elementos básicos de la relación laboral.
2. Modalidades de empresa.
3. Tiempo de trabajo.
4. Modificación del contrato.
5. Suspensión del contrato de trabajo.
6. Extinción del contrato de trabajo.

## Área **21** RELACIONES LABORALES ESPECIFICAS

1. Modalidades de contratación laboral I.
2. Modalidades de contratación laboral II.
3. Modalidades de contratación especial.
4. Relaciones no laborales.
5. El despido disciplinario.
6. La contratación de trabajadores extranjeros.

## Área **22** PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES I

1. Conceptos básicos de seguridad y salud en el trabajo.
2. Evaluación de riesgos laborales. Protección de la seguridad.
3. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
4. Riesgos ligados al medio ambiente del trabajo.
5. Emergencias.
6. Vigilancia de la salud. Primeros auxilios.

## Área **23** PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES II

1. Ergonomía.
2. Pantallas de visualización de datos.
3. Diseño del ambiente físico del puesto de trabajo.
4. Riesgos psicosociales.
5. Carga mental del trabajo. Estrés y mobbing.
6. La gestión de la prevención en la empresa.

## Área 24) **GESTION DE RECURSOS HUMANOS**

1. La cultura de la organización.
2. La motivación en el trabajo.
3. Los grupos humanos en la organización empresarial.
4. Dirección y liderazgo.
5. La comunicación en el grupo.
6. La autoridad en la dirección.

## Área 25) **DIRECCION DE RR.HH. I**

1. Responsabilidad social corporativa.
2. Valores en el trabajo.
3. Inteligencia emocional.
4. Gestión del conocimiento.
5. Outplacement.
6. Auditoría de recursos humanos.

## Área 26) **DIRECCION DE RR.HH. II**

1. Retribución salarial.
2. Retribuciones fijas y variables.
3. Incentivos a largo plazo.
4. Beneficios sociales.
5. Salario emocional y reconocimiento.
6. Política de recursos humanos en la empresa.

## Área 27) **MANAGEMENT**

1. Administración de empresas.
2. La organización del S. XXI.
3. El directivo.
4. Estrategia empresarial.
5. Control de gestión.

**ANEXO** Glosario básico de administración de empresa.

### **TRABAJO FIN DE MASTER (TFM)**

#### **CONDICIONES EXIGIBLES POR PARTE DEL EQUIPO DOCENTE**

El TFM para realizar en el Master MBA debe ser un trabajo que pueda aplicarse al mundo real.

El TFM exigido al alumno cumple con los requisitos de:

- 1.- Formato académico.** Es decir, forma parte del Plan de Estudios.
- 2.- Enfocado a la acción.** Es decir, a la toma de decisiones al ser un programa de Dirección de Empresas.