



MASTER DE DIRECCIÓN DE
PYMES

GADE
BUSINESS SCHOOL 



GESTION DEL VERDADERO MOTOR DE LA ECONOMIA **GESTIONA EFICAZMENTE UNA PYME**

**Si buscas un empleo de dirección en una PYME, aprende a gestionarla
y conseguir hacerla una gran empresa**

El mercado demanda profesionales capaces de gestionar y administrar una PYME, tarea para la que nadie está preparado sin una correcta formación, una práctica y una experiencia que apoye las decisiones cruciales del negocio en una respuesta profesional por parte de la dirección.

Creamos un nuevo concepto de ver los negocios desde el punto de vista directivo, haciendo la visión del director más multidisciplinar, dinámica y adaptada a

cualquier tipo de situación, con el fin de sobrellevar cualquier problema y llevar la empresa por un camino en línea recta hacia el éxito.

Mediante problemas reales y el estudio de innumerables casos prácticos el aprendizaje será activo, sumergiéndonos en el auténtico entramado empresarial consiguiendo una formación enfocada a la dirección, sin dejar de lado el resto de áreas que afectan a una empresa.

FORMACION UTIL **PARA EL PANORAMA LABORAL ACTUAL**

Las Pymes son el motor de la economía. Suponen la fuente de empleo más importante debido a su dinamismo y crecimiento.



Cuales son los **BENEFICIOS**

Conocer la experiencia de éxito de otras PYMES.

Conocer las posibilidades de expansión y el potencial de internet para una PYME y tomar decisiones sobre exportación e importación.

Mejorar la resolución de problemas y liderar proyectos, departamentos y personas, motivar, comunicar eficazmente y negociar con éxito.

Comprender los problemas de la toma de decisiones y establecer estrategias ganadoras.

Conocer las herramientas y tecnología más novedosas en la gestión y evaluar los proyectos de inversión.

Asimilar los principios de la gestión de RR.HH. y dominar los aspectos de la gestión laboral.

Manejar conceptos básicos de seguridad e higiene.

Dominar las técnicas para la confección y control de costes y formular planes de acción empresarial.

Decidir sobre precios, lanzamientos de productos, comprender la importancia de la relación con el cliente, como convencerlo y fidelizarlo.

Colocar eficazmente productos en el punto de venta. Confeccionar un business plan y un plan de marketing...

...Y UN LARGO ETCETERA



Quienes son los **DESTINATARIOS**

Profesionales que trabajan en una PYME

Profesionales que desean actualizar conocimientos

Emprendedores que quieren iniciar un proyecto empresarial

Titulados que buscan formación complementaria

Ejecutivos, directivos y empresarios

Personas que quieran integrarse en departamentos de una PYME

Otros colectivos interesados y todo aquel interesado en este campo



Salidas **PROFESIONALES**

Emprender un proyecto empresarial

Dirigir y gestionar una PYME

Consolidar y hacer crecer tu empresa

Promocionarse

dentro de una PYME

Asesorar y formar a directivos y personal de PYMES

Consultoría de PYMES

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

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
17 **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
18 **RELACIONES LABORALES ESPECÍFICAS**

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 19 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 20 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 21 GESTIÓN 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 22 DIRECCIÓN 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 23 DIRECCIÓN 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.

TRABAJO FIN DE MASTER (TFM)

CONDICIONES EXIGIBLES POR PARTE DEL EQUIPO DOCENTE

El TFM para realizar en el Master 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.