

INENKA

BUSINESS SCHOOL

MBA + MÁSTER EN MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS Y PRÁCTICAS GARANTIZADAS

INA021

www.escuelainenka.com



Certificación universitaria internacional:



Escuela asociada a:



Reconocimiento de calidad:





DESTINATARIOS

La doble titulación **MBA + Máster en Publicidad, Marketing, Medios y Ventas** se dirige a todas aquellas personas interesadas en formarse profesionalmente en el ámbito de la administración y dirección de empresas, y en especial, en aprender estrategias de marketing y ventas. A lo largo de la formación, el alumno estudiará todos los conceptos y elementos que se tratan en el departamento laboral de una empresa, desde las altas de trabajadores en la seguridad social hasta las nóminas, pasando por los tipos de contratos y el uso del programa Nominaplus, una herramienta que ayudará al alumno a administrar todas las gestiones laborales de una empresa. Además, el temario también profundizará en el programa CONTA, un software para llevar la contabilidad y las finanzas de un negocio. Durante la segunda parte de la titulación, el alumno se especializará en elaborar y diseñar un plan de marketing. Para ello, aprenderá a realizar estudios de mercado y a analizar el comportamiento de compra de los consumidores. Además, estudiará las políticas de precio, producto, distribución y comunicación, así como las distintas estrategias de posicionamiento de producto. Una vez finalizada la formación, el alumno estará capacitado par definir un plan de marketing adaptado a los objetivos económicos de la empresa.



MODALIDAD

- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

Ambas modalidades incluyen **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h, reconocidas con 60 ECTS.



IMPORTE

Importe Original: 3600€

Importe Actual: 1800€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “MBA+ MÁSTER EN MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS ”, de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra ondición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

INENKA BUSINESS SCHOOL desde noviembre de 2016, y siguiendo su apuesta por la calidad, ha sido reconocida con el sello ICEEX de la excelencia y la calidad de la formación.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



PARTE 1. MBA

MÓDULO 1. EXPERTO EN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEMAS MULTIMEDIA

1. Introducción
2. Contratos de trabajo
3. Contratos de trabajo 2
4. Contratos de trabajo 3
5. Contratos de trabajo 4
6. Contratos de trabajo 5
7. Contratos de trabajo 6
8. Modificaciones sustanciales, el despido
9. El recibo de salarios
10. El recibo de salarios 2
11. Sistema Siltra

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TEMAS Y MANUALES

1. Alta de empresa
2. Alta de los trabajadores
3. Las nóminas
4. Liquidación a la seguridad social
5. Manual de nóminas y seguros sociales
6. Manual Laboral para PYMES
7. Manual del IRPF
8. Soluciones a los ejercicios planteados en los temas
9. Ejercicios para practicar

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CURSO NOMINAPLUS

1. Inicio Nominaplus
2. Inicio Nominaplus II
3. Categorías de los convenios
4. Alta de los trabajadores
5. Horas extras
6. Incapacidad temporal
7. Huelga y vacaciones
8. IRPF
9. Atrasos
10. Nóminas y Seguros Sociales
11. Baja de un trabajador
12. Tablas de R Humanos
13. R Humanos
14. Ejercicios propuestos
15. Convenio
16. Alta de empresa
17. Alta de los trabajadores

18. Nóminas, seguros sociales, e IRPF
19. Atrasos
20. Incidencias
21. Ejercicios resueltos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SISTEMA DE LIQUIDACIÓN DIRECTA

1. Conceptos y construcción de liquidación
2. Sistema de Liquidación Directa
3. Datos a remitir para la cotización
4. Liquidaciones complementarias
5. Reglas para determinar el control de bases con ajuste mensual
6. Tratamiento de los errores
7. Manual Siltra
8. Sistema de Liquidación Directa

MÓDULO 2. EXPERTO EN CONTABILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONTABILIDAD BÁSICA

1. El Patrimonio
2. El Balance de Situación
3. Pérdidas y Ganancias
4. Balance de Situación y perdidas y ganancias.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CURSO MULTIMEDIA CONTAPLUS

1. Temas Multimedia
2. Ejercicios propuestos
3. Ejercicios resueltos
4. Resolución dudas comunes, instalación programa Contaplus versión demo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRÁCTICA CONTABLE

1. Soportes Contables (1)
2. Soportes Contables (2)
3. Soportes Contables (3)
4. Los Conceptos en los Asientos
5. Contabilidad de una empresa real

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PGC Y NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD.

1. Estructura Plan General Contable
2. Cuentas Anuales
3. Principios contables
4. Criterios de Valoración, ejemplos
5. Comparativa cuadro de cuentas subgrupos

6. Comparativa relación de cuentas
7. EJERCICIOS
8. Inmovilizado grupo 2
9. Inmovilizado intangible subgrupo 20
10. Existencias grupo 3
11. Activos no corrientes mantenidos para la venta
12. Correcciones de valor. Amortizaciones y deterioros
13. Ingresos por ventas, grupo 7
14. Pasivos financieros
15. Clientes dudoso cobro, morosos
16. Arrendamiento financiero y operativo
17. Leasing 1
18. Leasing 2
19. Tratamiento contable de las permutas
20. EXPLICACIONES Y ANEXOS DE APOYO
21. Valoración de empresas
22. Cálculo de la TAE y del coste efectivo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIDAD AVANZADA

1. Análisis de Balances
2. Análisis de Costes
3. Análisis Económico-Financiero
4. Ejercicio sistema costes completos.
5. Costes Fijos-Costes Variables
6. Tablas Cash-Flow
7. Plan de Negocio
8. Contabilidad de Costes
9. El Sistema ABC
10. Análisis del Fondo de Maniobra

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROGRAMA CONTA

1. Temas Multimedia
2. Ejercicios propuestos
3. Ejercicios resueltos
4. Resolución dudas comunes, instalación programa CONTA.

MÓDULO 3. EXPERTO FISCAL

UNIDAD FORMATIVA 1. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPLICACIONES MULTIMEDIA

1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas
2. Ámbito de aplicación
3. Hecho imponible
4. Rentas que no deben declararse
5. Obligados a realizar la declaración del IRPF
6. No obligados a declarar

7. Como y cuando debe presentarse la declaración
8. Rentas que se deben declarar en cada periodo.
9. Tributación individual y conjunta
10. Rendimientos del trabajo I
11. Rendimientos del trabajo II
12. Capital inmobiliario
13. Rendimientos del capital mobiliario
14. Rendimientos de actividades económicas I
15. Rendimientos de actividades económicas II
16. Rendimientos de actividades económicas III
17. Rendimientos de actividades económicas IV
18. Ganancias y pérdidas patrimoniales
19. Ganancias y pérdidas patrimoniales
20. Regímenes especiales
21. Clases de renta
22. Base imponible
23. Base liquidable. Reducciones
24. Circunstancias personales y familiares
25. Determinación de la cuota íntegra
26. Determinación de la cuota líquida
27. Deducciones de la cuota líquida I
28. Deducciones de la cuota líquida II
29. Pagos a cuenta y cuota resultante de la declaración
30. Caso practico final

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MANUALES Y EJEMPLOS

1. Indemnización por contrato de seguro
2. Dietas por desplazamiento
3. Retribuciones en especie
4. Alquiler de un apartamento
5. Traspaso de un local
6. Dividendos e intereses bancarios
7. Usufructo
8. Letras del tesoro
9. Seguro de vida
10. Estimación directa simplificada
11. Estimación objetiva por signos, índices y módulos
12. Ejercicio Liquidación Anual Renta

UNIDAD FORMATIVA 2. GESTION DEL IVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEMAS MULTIMEDIA

1. Régimen general del IVA I
2. Régimen general del IVA II
3. Régimen general del IVA III
4. Régimen general del IVA IV
5. La regla de la prorata
6. Operaciones intracomunitarias
7. Regímenes especiales I
8. Regímenes especiales II

9. Regímenes especiales III

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MANUALES Y EJEMPLOS

1. Manual Impuesto sobre el Valor Añadido
2. Ejercicio 1
3. Ejercicio 2
4. Ejercicio 3
5. Ejercicio 4
6. Ejercicio 5
7. Ejercicio 6
8. Ejercicio Final
9. Soluciones Ejercicios. Modelos

UNIDAD FORMATIVA 3. GESTION DEL IMPUESTO DE SOCIEDADES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEMAS MULTIMEDIA

1. Impuesto sobre sociedades parte I
2. Impuesto sobre sociedades parte II
3. Impuesto sobre sociedades parte III
4. Impuesto sobre sociedades parte IV
5. Impuesto sobre sociedades parte V
6. Impuesto sobre sociedades parte VI
7. Impuesto sobre sociedades parte VII

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MANUALES Y EJEMPLOS

1. Manual Impuesto sobre Sociedades
2. Ejercicio 1
3. Ejercicio 2
4. Ejercicio 3
5. Ejercicio 4
6. Ejercicio 5
7. Ejercicio 6
8. Ejercicio 7
9. Ejercicio 8
10. Ejercicio 9
11. Ejercicio 10

UNIDAD FORMATIVA 4. CURSO DE CONTAPLUS

1. Alta de empresa
2. Plan General Contable
3. Gestión de asientos
4. Opciones IVA
5. Gestión de cheques
6. Inventario
7. Comprobación de asientos
8. Contabilidad de costes

9. Vencimientos

10. Balances
11. Ejercicio
12. Cierre de ejercicio
13. Problemas de impresión
14. Plan presupuestario
15. Caja auxiliar
16. Banca electrónica
17. EJERCICIOS
18. Ejercicio alta de empresa Solución ejercicio 1
19. Alta subcuentas Solución ejercicio 2
20. Realizar asientos Solución ejercicio 3
21. Gestión de inventario Solución ejercicio 4
22. Asientos predefinidos Solución ejercicio 5
23. Contabilidad analítica. Alta departamentos y proyectos Solución ejercicio 6

MÓDULO 4. PRÁCTICA EMPRESARIAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LAS PYMES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1. Introducción
2. Técnicas de e learning
3. Herramientas para la gestión del desempeño
4. Coaching
5. Meeting
6. La comunicación interna
7. La Intranet

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN LABORAL Y FISCAL

1. El sistema RED de la Seguridad Social, el Winsuite
2. La firma digital
3. La gestión fiscal
4. Liquidación del IVA
5. Liquidación del IRPF
6. Liquidación del Impuesto sobre Sociedades.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORMACIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS A DIRECTIVOS DE PYMES

1. Herramientas de comunicación
2. Portales y tiendas virtuales
3. Seguridad y medios de pago
4. Legislación sobre Nuevas Tecnologías
5. Formación en Nuevas Tecnologías

6. Gestión de proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ENTORNO NORMATIVO.

1. Legislación asociada a las nuevas tecnologías.
2. Normas de autorregulación en el uso de las tecnologías de la información.
3. Administración electrónica. Plan “España.es”.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

1. Las Nuevas Tecnologías, definición y situación.
2. Identificación de necesidades y alternativas.
3. Información servicios informáticos a Pymes
Fuentes de financiación

PARTE 2. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y SISTEMA ECONÓMICO

1. El concepto y contenido del marketing evolución: Intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
2. El marketing en el sistema económico
3. El marketing como cultura: evolución del marketing en la empresa. Tendencias actuales en el marketing
4. Marketing y dirección estratégica: marketing operativo y marketing estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO RELEVANTE: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN

1. Orientación de las organizaciones hacia el entorno
2. Delimitación y definición del mercado
3. Bienes de consumo y su mercado
4. Uso del producto hacia el mercado industrial
5. Uso del producto hacia el mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR Y LAS ORGANIZACIONES: ANÁLISIS

1. Comportamiento de compra: Estudio del alcance e interrelaciones con otras disciplinas y características

2. Comportamiento de compra de los consumidores: Condicionantes de compra
3. Estudio de los diferentes comportamientos de compra y etapas del proceso de compra en mercados de consumo
4. Comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Estrategia de segmentación del mercado: La importancia en la estrategia de las organizaciones
2. Segmentación de mercados: Criterios de consumo e industriales. Condiciones para una segmentación eficiente
3. Cobertura del mercado: Estrategias
4. Segmentación de mercados: Técnicas a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE ESTRUCTURA COMPETITIVA Y DEMANDA

1. Primeros pasos
2. Concepto, factores condicionantes de la demanda y dimensiones del análisis de la demanda
3. Análisis de componentes y determinación del concepto de cuota de mercado de marca
4. Modelos explicativos: selección e intercambio de marca
5. Principales factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MERCADOS Y EL MARKETING: INVESTIGACIÓN

1. El sistema de información de marketing y sus componentes
2. Investigación de mercados: Concepto, objetivos y aplicaciones
3. Estudio de investigación de mercados: Metodología de realización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1. Definición de producto: atributos formales del producto
2. Diferenciación y de posicionamiento del producto: Estrategias
3. Etapas del desarrollo y diseño de nuevos productos
4. El producto y su ciclo de vida

5. La cartera de productos: Modelos de análisis
6. Estrategias de crecimiento para las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

1. Concepto, utilidades e importancia del canal de distribución
2. Función de cada uno de los componentes del canal de distribución
3. Longitud, factores condicionantes, e intensidad del diseño del canal de distribución:
4. Formas comerciales: clasificación
5. El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRECIOS

1. Introducción
2. Concepto e importancia del precio como instrumento de decisiones comerciales
3. Fijación de precios: Principales factores condicionantes
4. Fijación de precios: Procedimientos de fijación de precios y métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda
5. Fijación de precios: Estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1. Concepto e importancia de la comunicación comercial
2. Principales factores condicionantes en la estrategia y del mix de comunicación comercial
3. Venta personal, publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo de mix de comunicación comercial
4. Imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Concepto, utilidad y horizonte temporal: El plan de marketing:
2. Principales etapas del diseño del plan de marketing
3. Tipos de control en la ejecución y control del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROYECTO FINAL: CREACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Introducción

PARTE 3. RECURSOS DE MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS