

**MEMORIA VERIFICACIÓN DOCENTE:  
TRIPLE MÁSTER PROPIO MBA, MARKETING  
Y COMUNICACIÓN | ETSINE UNIDEMA**

**Documentos:**

- 1-Memoria Verificación Académica**  
Triple Máster Propio en MBA  
Administración y Dirección de Empresas,  
Máster Propio en Marketing,  
Monetización y Venta Digital y Máster  
Propio en Comunicación y Oratoria |  
ETSINE UNIDEMA
- 2-Evaluación**

**Fecha de Salida:**

**12/08/2020**



UNIDEMA

La cumplimentación de este documento servirá para tramitar la aprobación de la/s titulaciones propias en la Comisión Docente de **ETSINE UNIDEMA**.



## TÍTULO NOMBRE COMPLETO

TRIPLE MÁSTER TÍTULO PROPIO – MBA PROPIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL Y MÁSTER PROPIO EN COMUNICACIÓN Y ORATORIA POR LA ETSINE BUSINESS SCHOOL. ESCUELA ADSCRITA UNIDEMA

El presente informe resume la propuesta de curso para su aprobación como Título Propio de **ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA Y EMPRESA UNIDEMA (En adelante ETSINE-UNIDEMA)** a través de los cauces pertinentes que establecen las Normas Reguladoras de los Estudios y Actividades de Formación Permanente de las escuelas adscritas a UNIDEMA.

## OBSERVACIONES

Este Título Propio ha sido promovido por el **ETSINE-UNIDEMA** y cuenta tanto con el apoyo de UNIDEMA Unidad de Educación más Aprendizaje.

- El Título Propio responde a la colaboración entre ETSINE y UNIDEMA en el marco de **colaboración entre entidades adscritas**, para la puesta en marcha del título propio **MBA PROPIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL Y MÁSTER PROPIO EN COMUNICACIÓN Y ORATORIA** con el objeto de cubrir necesidades de formación de los profesionales y futuros profesionales del sector empresarial en su conjunto.
- El principal objetivo del título es formar a dichos profesionales tanto en las habilidades técnicas propias de la dirección de empresas, tales como la contabilidad, el análisis de inversiones, la gestión de Stocks & Supply Chain, economía, tributación y derecho aplicado a la empresa y emprendedores así como en habilidades directivas y de la economía digital, en este sentido habilidades transversales como la comunicación y oratoria se fusionan con los conocimientos en marketing digital orientado a la monetización y venta digital.
- La modalidad del Título Propio es **ONLINE**.
- Al finalizar los exámenes, el alumno recibirá el Diploma del Triple Título Propio en MBA en Administración y Dirección de Empresas, Máster Propio en Marketing, Monetización y Venta Digital y Máster Propio en Comunicación y Oratoria.

## FICHA TÉCNICA NUEVO TÍTULO PROPIO

Título Propio	TRIPLE TÍTULO PROPIO - <b>MBA PROPIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL Y MÁSTER PROPIO EN COMUNICACIÓN Y ORATORIA</b> POR LA ETSINE BUSINESS SCHOOL. ESCUELA ADSCRITA UNIDEMA
Duración	600 horas
Elevado por	ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA Y EMPRESA UNIDEMA
Apoyos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendiente de colaboración empresarial y asociaciones empresariales.</li> </ul>
Docentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experto/a en Finanzas</li> <li>• Experto/a en Tributación</li> <li>• Experto/a en Derecho</li> <li>• Experto/a en optimización empresarial</li> <li>• Experto/a en logística</li> <li>• Experto/a en Lean Manufacturing</li> <li>• Experto/a en Inversión</li> <li>• Experto/a en Emprendimiento</li> <li>• Experto/a en Contabilidad</li> <li>• Experto/a en Recursos Humanos y Contratación de personal</li> <li>• Experto/a en Marketing</li> <li>• Experto/a en Monetización y Venta Digital</li> <li>• Experto/a en Comunicación</li> <li>• Experto/a en Oratoria</li> </ul>
Descripción	<p>ETSINE considera como uno de sus principales valores, la formación continua de profesionales que dentro de un sector determinado como el caso del sector de la alta dirección empresarial.</p> <p>El equipo docente, así como las instalaciones y el apoyo educativo se prioriza para dar sentido a una titulación tan exigida como es la de dicha dirección junto con la necesidad de formar a expertos en marketing con habilidades comunicativas, las cuales son consideradas como habilidades transversales en el desarrollo profesional en un entorno de economía digital altamente competitiva.</p>
Dirigido a	<p>Estudiantes que deseen incorporarse a la alta dirección. Experimentar el emprendimiento por cuenta propia desarrollando modelos de negocio funcionales y disruptivos.</p> <p>Estudiantes que deseen incorporarse a equipos de marketing y venta. Comunicación corporativa o dirección institucional y comunicativa de las empresas.</p>
Modalidad	ONLINE
Entidades con las que colaborar	NO PROCEDE
Tasas y matrícula	6.000,73€ Tasas, Diploma Digital e Impuestos Incluidos. Becas a convenir
Observaciones	-

Cod.(*)	NOMBRE DEL TÍTULO PROPIO	CREDITOS UNIDEMA	PRACTICAS CURRICULARES EN EMPRESA (**)
TRIPLEMASTMBAMARKYCOM	TRIPLE MÁSTER TÍTULO PROPIO – MBA PROPIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL Y MÁSTER PROPIO EN COMUNICACIÓN Y ORATORIA POR LA ETSINE BUSINESS SCHOOL. ESCUELA ADSCRITA UNIDEMA	NO PROCEDE	SI/NO/A CONVENIR

(\*) Código: Agrupación de letras y números que referencien de manera única el título propio.

(\*\*) SI: El título contiene al menos una asignatura /materia optativa o troncal para la realización de prácticas en empresa

(\*\*) NO: El título no contempla la obligatoriedad de realizar prácticas en empresa

### RAMAS DEL CONOCIMIENTO

Artes y Humanidades	<input type="checkbox"/>	Ciencias de la Salud	<input type="checkbox"/>
Ciencias Sociales y Jurídicas	<input checked="" type="checkbox"/>	Ingeniería y Arquitectura	<input checked="" type="checkbox"/>
Ciencias	<input type="checkbox"/>	Hostelería y Turismo	<input type="checkbox"/>



## **JUSTIFICACIÓN DOCENTE Y METODOLOGÍA.**

La ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA Y EMPRESA UNIDEMA es una destacada y consagrada Escuela adscrita a UNIDEMA. El alma de la escuela es la de impartir docencia de manera semipresencial, impulsando la esencia flexible y adaptada de la propia estrategia educativa de UNIDEMA

El carácter educativo de la entidad se sostiene sobre dos pilares o “patas” fundamentales: Educación a distancia-Semipresencial y la Empleabilidad. La primera de ellas se consigue gracias a una apuesta firme en desarrollar las herramientas tecnológicas necesarias. La segunda, gracias a generar contenidos adaptados, resultado del contacto directo con el entorno económico y empresarial, siendo termómetro con el que tomar temperatura del entorno, adaptando siempre la formación a las necesidades de mercado, todo lo anterior se consigue gracias a una formación propia, no reglada, con materia académica actualizada. Las materias educativas con mayor recorrido y acogida por los alumnos y empresas son aquellas que tratan sobre la gestión empresarial, la contabilidad y gestión financiera, así como el análisis de inversiones.

### **VENTAJAS**

- Apuesta decidida por los contenidos prácticos.
- Docentes de reconocido prestigio profesional en empresas del sector.
- Equipo consolidado y de avalada reputación en el ámbito empresarial.
- Claustro del más alto nivel con personal emprendedor.
- Plazas limitadas.
- 600 Horas.
- Horario flexible.
- Convenio con Banco de reconocido prestigio para el pago de tasas.

## PROGRAMA ACADÉMICO

Bloques docentes por asignaturas.

UNIDADES/TEMAS	EPÍGRAFES	CONTENIDOS	CONTENIDOS ESPECÍFICOS
<b>ASIGNATURA MARKETING DIGITAL</b>			
<b>INTRODUCCIÓN. UNIDAD 1</b>	¿Qué es el marketing?		
	Evolución del marketing		
	Marketing web		
	Comunicación Digital		
<b>MARKETING DIGITAL. UNIDAD 2</b>	Métricas de costes en marketing	- CPC - CPM - CPL - CPA	
<b>ANALÍTICA WEB. UNIDAD 3</b>	Analítica web		
	KPIs de un proyecto web	Conversiones Ventas Visitas Tiempo en página % de rebote Etc.	
	Configuración de la analítica de una página web	Objetivos / Conversiones Comercio electrónico	Google Analytics Google Search Console
<b>BRANDING. UNIDAD 4</b>	Branding Digital	- ¿Qué es la identidad de marca y qué elementos tiene? - ¿Cómo hacer branding con una marca? Ejemplos	
<b>PPC. UNIDAD 5</b>	Google Ads	- SEM: publicidad pagada - Display	GOOGLE ADS
	Youtube Ads	Tipos de publicidad en video: - Display - Anuncios	
	- SEM: publicidad pagada - Display - Social Ads	FACEBOOK ADS TWITTER ADS LINKEDIN ADS	
<b>SOCIAL MEDIA. UNIDAD 5</b>	Redes sociales	- Social media	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM
	Aumentar comunidad		Creación de sorteos y acciones para conseguir seguidores
	Fidelizar comunidad	Descuento para seguidores Chatbots	
<b>SEO. UNIDAD 6</b>	Introducción	- ¿Qué es el posicionamiento? ¿Qué tipos hay?	BREVE DESARROLLO DE SEO Y SEM "para diferenciarlos"
	Introducción al SEO	- Introducción al SEO - Las 3 patas del SEO - SEO en una estrategia de Mk Digital	

	Marketing de contenidos	¿Qué es? Funnel de contenidos Beneficios del MK contenidos - FASES del MK contenidos	
	Arquitectura Web	#¿NOMBRE?	- UX y UI - CRO
	Posicionamiento orgánico SEO	#¿NOMBRE?	
	Palabras clave	- Keyword Research	HERRAMIENTAS BUSCADOR PALABRAS LONG TAIL
<b>EMAIL MARKETING. UNIDAD 7</b>	Email Marketing	Promoción y campañas de venta de productos en un ecommerce	MAILCHIMP
<b>PÁGINA WEB. UNIDAD 8</b>	Plataformas página web	- Tipos de plataformas - Plataformas más utilizadas - Métricas página web	WORD PRESS LANDING PAGE SHOPIFY PRESTASHOP ..... GOOGLE ANALYTICS
	Hosting y desarrollo web	- Desarrollo web (html+ css) - Dominios y alojamiento web - Plantillas web	
	Creación web	- ¿Cómo crear una página web sencilla?	
<b>HERRAMIENTAS DEL MARKETING. UNIDAD 9</b>	Introducción herramientas MK	- Nuevos paradigmas MK Herramientas	aHrefs SemRush Screamin Frog Etc.
<b>TENDENCIAS DE MARKETING 2020. UNIDAD 10</b>	Growth Hacking		
	Mindful Marketing		
	Búsquedas por Voz		
<b>PLAN DE MARKETING. UNIDAD 11</b>	Introducción	- ¿Qué es el plan de marketing? - Normas del juego para plan de MK	
	Claves de éxito		
	Fases del Plan de MK	- Audiencias - Análisis - Objetivos -Estrategia -Línea Editorial - Formatos - Calendario - Medición	
	EJEMPLOS CASOS REALES		
<b>ASIGNATURA MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL – TEORÍA Y PRÁCTICA</b>			
<b>I Introducción</b>	Introducción	-Producto y Servicio Digital	
		-Funnel de ventas	
<b>II Comercio Digital</b>	Diferentes formas de venta digital	-Evolución y arraigo del e-commerce	
		-Venta propia	
		-Dropshipping	
		-Marketing de Afiliados	
		-Marketplaces	
		-Teoría Long Tail y Principio de Pareto	
<b>III Monetización y Venta Digital</b>	Herramientas de venta digital	-Proceso/Lienzo de Negocio	-TPV Bancario
		-Modelos de Negocio	-PayPal

		-CMS. Aprendiendo a hacer un e-commerce desde cero	-Stripe
		-Pasarelas de Pago	
<b>ASIGNATURA COMUNICACIÓN Y ORATORIA</b>			
<b>BLOQUE TEMÁTICO 01: COMUNICACIÓN DISCURSIVA</b>			
<b>UNIDAD 1. QUÉ ES LA COMUNICACIÓN</b>	Contexto. La comunicación como una herramienta de desarrollo.	Comunicación escrita	
	Tipos de comunicación	Comunicación oral. Por qué es importante aprender a hablar.	
<b>UNIDAD 2. CÓMO NOS COMUNICAMOS/HABLAMOS.</b>	2.1 Comunicación verbal	Construcción de un discurso coherente	
		Uso del lenguaje	
	2.2 Comunicación no Verbal y Paraverbal.	Paralingüística. Voz. Tono. Ritmo.	Kinesia. Lenguaje corporal.
		No verbal	Semiótica. Simbología. Proxémica. Espacio personal.
<b>UNIDAD 3. CÓMO MEJORARLO RECURSOS COMUNICATIVOS</b>	3.1 La asertividad.		
	3.2 Recursos técnicos y literarios.		
<b>UNIDAD 4. CASOS PRÁCTICOS. Desarrollo de una comunicación efectiva</b>	4.1 Hablar en público. Ponente en una conferencia		
	4.2 Presentaciones. Pitching en una empresa.		
<b>BLOQUE TEMÁTICO 2: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL</b>			
<b>UNIDAD 1. QUÉ ES LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL</b>	Contexto. La sociedad occidental neo-capitalista del siglo XXI. El papel de las empresas.		
	Por qué es importante la comunicación para tu desarrollo profesional.		
<b>UNIDAD 2. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL INTERNA</b>	2.1 Dirección de equipos. Papel de coordinador.	Liderazgo. Comunicación directa.	Falta de motivación en el puesto de trabajo. Coaching personal.
		Resolución de conflictos	Estrés en el puesto de trabajo. Gestión comunicativa. Crisis interna.
	2.2 Dirección de empresas. Papel de CEO.	Liderazgo. Comunicación indirecta.	Excesiva carga de trabajo. Delegar.
		Resolución de conflictos	Estrés en el puesto de trabajo. Gestión comunicativa.

			Crisis[1] interna.
<b>UNIDAD 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EXTERNA</b>	3.1 Habilidades directivas	La reunión.	
	3.2 Habilidades comerciales	La negociación.	
<b>Asignatura Contabilidad Financiera</b>			
<b>Tema 1 - Conceptos Generales. Libros y Principios Contables</b>	1-CONCEPTO Y OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD		
	2-EL PLAN GENERAL CONTABLE	2.1-Introducción	
		2.2-Concepto y composición del Patrimonio	
		2.3-Inicio de la actividad Empresarial	
		2.4-La Estructura Económica (Activo)	
		2.5-La Estructura Financiera (Pasivo)	
		2.6-Análisis del Patrimonio	
		2.7-Patrimonio Neto y Balance	
	3. LIBROS DE CONTABILIDAD	3.1-El libro diario	
		3.2- El libro mayor	
		3.3-. Libro de Inventarios y Cuentas Anuales	
	4-PRINCIPIOS CONTABLES		
	<b>Tema 2 - El Balance de Situación. Las Cuentas</b>	2-ACTIVO: ESTRUCTURA	2.1-Los activos no corrientes
2.2-Los activos corrientes			
3-PASIVO: ESTRUCTURA		3.1-Pasivo No Corriente	
		3.2-Pasivo Corriente.	
4. PATRIMONIO NETO			
5-FINANZAS EN EL ACTIVO Y EL PASIVO		5.1-Situación Patrimonial	
6-HECHOS CONTABLES. CAMBIOS EN EL BALANCE			
LAS CUENTAS			
7-INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS GENERALES			
8-LOS DOCUMENTOS			
9-LAS CUENTAS		9.1-Introducción	
		9.2-Clases de cuentas	
10-PARTIDA DOBLE			
11-Registro			
1-AMORTIZACIONES	1.1-Concepto		

<b>Tema 3 - Activo Fijo. Amortizaciones. Provisiones y Periodificaciones</b>	2-Amortización del inmovilizado material	2.1-Cálculo del valor de amortización	
		2.2-Determinación valor del gasto amortizable	
		2.3-Métodos de Amortización	
		2.4-Métodos	
		2.5-Contabilización de las amortizaciones.	
	3-Amortización del inmovilizado intangible.	3.1-Concepto y elementos del inmovilizado intangible	
		3.2-Normas particulares	
		3.3-Fondo de Comercio	
	4-DEPRECIACIÓN. CONCEPTO		
	5-DETERIORO DE VALOR		
6-INGRESOS A DISTRIBUIR			
7- PERIODIFICACIÓN. AJUSTES CONTABLES			
8- PROVISIONES			
<b>Tema 4 - Existencias</b>	1-EXISTENCIAS. CONCEPTO	1.1-Clases de existencias	
	2-CRITERIOS DE VALORACIÓN DE EXISTENCIAS	2.1-Valoración de entradas en almacén	
		2.2-Valoración de salidas	
	3-CORRECCIONES DE VALOR POR DEPRECIACIÓN		
4-EL INVENTARIO DE EXISTENCIAS			
<b>Tema 5 - Cuenta de Resultados. Resultados</b>	1-EL RESULTADO DE UN PERÍODO CONTABLE	1.1-Introducción	
		1.2-Calcular el resultado periódico. Metodología	
	2-CONTABILIZACIÓN DE INGRESOS Y GASTOS DEL PERÍODO	2.1-Ingresos	
		2.2-Gastos	
		2.3-Ajustes por periodificación	
	3-LOS RESULTADOS EN EL BALANCE		
	4-CUENTAS DE GESTIÓN		
	5-INGRESOS Y GASTOS PGC		
	6-CONTABILIZACIÓN DEL IVA		
	7-CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS		
8-REGULARIZACIÓN DE LAS CUENTAS DE INGRESOS Y GASTOS	8.1-Introducción		

		8.2-Distribución de beneficios		
<b>Asignatura Gestión Financiera de la Empresa</b>				
<b>Tema 1 - Introducción a la Gestión Financiera</b>	1-CONCEPTOS BÁSICOS. EL OBJETIVO DE LA EMPRESA			
	2-ENTORNO FINANCIERO DE LA EMPRESA			
	3-INSTITUCIONES FINANCIERAS	3.1-Entidades de Depósito y Crédito		
		3.1.1-Instituto de Crédito Oficial		
		3.2.2-Empresas de Servicio de Inversión		
		3.2-Empresas aseguradoras		
	3.3-Instituciones de Inversión Colectiva			
4-MERCADOS FINANCIEROS				
5-FLUJO FINANCIERO				
<b>Tema 2 - Gestión Financiera de la Empresa</b>	1-RECURSOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA			
	2-LA ESTRATEGIA FINANCIERA			
	3-LA RENTABILIDAD Y LA OPCIÓN CAPITAL – DEUDA			
	4-EL APALANCAMIENTO FINANCIERO			
	5-ESTRUCTURA DEL PASIVO			
	6-INFLACIÓN			
<b>Tema 3 - Financiación Interna</b>	1-INTRODUCCIÓN			
	2-AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES COMO MEDIO DE FINANCIACIÓN	2.1-Efecto LOHMANN.RUCHTI		
	3-DECISIONES DE INVERSIÓN			
<b>Tema 4 - Financiación Externa</b>	1-EXISTENCIAS. CONCEPTO	1.1-Clases de existencias		
	2-CRITERIOS DE VALORACIÓN DE EXISTENCIAS	2.1-Valoración de entradas en almacén		
		2.2-Valoración de salidas		
	3-CORRECCIONES DE VALOR POR DEPRECIACIÓN			
4-EL INVENTARIO DE EXISTENCIAS				
<b>Tema 5 - Presupuesto de Tesorería</b>	1-INTRODUCCIÓN			
	2-FLUJOS FINANCIEROS			
	3-OBJETIVOS			
	4-PREVISIONES DE TESORERÍA			
<b>Asignatura Análisis de Inversiones</b>				
<b>Tema 1 - Inversión por Excedente de Tesorería</b>	1-INTRODUCCIÓN			
	2-VARIABLES DE INVERSIÓN			
	3-EXCEDENTES DE TESORERÍA			

	4-DEPÓSITOS BANCARIOS	4.1-Cuentas corrientes	
		4.2-Cuentas de ahorro	
		4.3-Cuentas de alta remuneración	
		4.4-Depósitos a plazo fijo	
		4.5-Depósitos de riesgo	
	5-Deuda Pública	5.1-Letras del tesoro	
		5.2-Bonos y obligaciones del Estado	
		5.3-Derivados emitidos por el Estado	
	6-DEUDA PRIVADA.	6.1-Pagarés	
		6.2-Bonos y obligaciones convertibles	
<b>Tema 2 - Análisis de Proyectos de Inversión</b>	1-INTRODUCCIÓN		
	2-MODELO DE NEGOCIO. INTRODUCCIÓN	2.1-Lienzo de negocio.	
		2.2-Tipos de modelo de negocio disruptivos.	
	3-ANÁLISIS ESTRATÉGICO		
	4-ANÁLISIS ECONÓMICO		
	5-ESTUDIOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	5.1-Presupuesto Previsional Flujos de Caja	
5.2-Evaluación Económica			
<b>Asignatura Política Industrial y Tecnológica</b>			
<b>Tema 1 - Política Industrial y Tecnológica. Introducción</b>	1-INTRODUCCIÓN		
	2-CONCEPTO DE LA POLÍTICA INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICA	2.1-Políticas industriales y otras políticas	
	3-VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE UNA POLÍTICA ACTIVA		
	4-TIPOS DE POLÍTICAS INDUSTRIALES Y TECNOLÓGICAS		
	5-COMPETENCIA		
	6-MACROECONOMÍA		
<b>Tema 2 - Desarrollo Económico por Regiones</b>	1-ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS TERRITORIOS		
	2-ECONOMÍA DE REGIONES	2.1-Teorías del desarrollo de regiones	
		2.1.1-Teoría de los polos de crecimiento	
		2.1.2-Teoría de la base exportadora	
		2.1.3-Teoría desarrollo desigual	
	3-LOCALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	3.1-La concentración empresarial	
3.1.1-La hilera productiva			
4-CLÚSTER			

<b>Tema 3 - Políticas de Apoyo a la Empresa</b>	1-TEORÍAS SOBRE LA CREACIÓN DE EMPRESAS	1.1-Teoría del crecimiento de la renta disponible	
		1.2-Teoría reacción frente a la recesión	
		1.3-Teoría de la evolución tecnológica	
		1.4-Teoría del nacimiento debido a la externalización	
		1.5-Teoría de la Generación Espontánea	
		1.6-Teoría del Spin-off	
	2-ÉXITO EMPRESARIAL		
	3-CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	3.1-TIPOS DE EMPRESA (SOCIOS, CAPITAL Y RESPONSABILIDAD)	Ventajas del empresario individual
		3.2-Empresario Individual (autónomo)	Inconvenientes del empresario individual
		3.3-Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L o S.L)	Órganos sociales
		3.4-Sociedad Anónima (S.A)	Derechos de los Socios
			Cuentas Anuales
	4-PLAN DE EMPRESA		
	5-POLÍTICA INDUSTRIAL-TECNOLÓGICA Y CREACIÓN DE EMPRESAS		
	6-POLÍTICAS EMPRESARIALES. INTRODUCCIÓN		
	7-MEDIDAS DE APOYO A LA FINANCIACIÓN		
	8-FINANCIACIÓN		
	9-INCENTIVOS FISCALES		
	10-SUBVENCIONES		
11-POLÍTICAS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA			

**Asignatura Fundamentos del Derecho. Aplicación del Derecho Empresarial**

<b>Tema 1 - Derecho Constitucional</b>	1-LA CONSTITUCIÓN: CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES		
	2-LAS CORTES GENERALES		
	3-EL GOBIERNO		
	4-EL PODER JUDICIAL		
	5-EL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL		
	6-LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO. EL REPARTO DE COMPETENCIAS.		

	7-TIPOS DE NORMAS LEGALES			
<b>Tema 2 - Derecho Civil</b>	1-INTRODUCCIÓN AL DERECHO CIVIL			
	2-DERECHO DE LAS PERSONAS	2.1-Las personas físicas		
		2.2-Las personas jurídicas		
	3-DERECHO DE FAMILIA			
	4-OBLIGACIONES Y CONTRATOS			
	5-DERECHOS REALES			
<b>Tema 3 - Derecho Mercantil</b>	1-CONSIDERACIONES PREVIAS			
	2-EL EMPRESARIO PERSONA FÍSICA			
	3-LA EMPRESA. PERSONA JURÍDICA			
	4-SOCIEDADES LIMITADAS			
	5-SOCIEDADES ANÓNIMAS			
	6-CONTABILIDAD EN LA EMPRESA	6.1-Registro Mercantil		
		6.2-Contratos		
		6.2.1-Contratos con Consumidores		
		6.2.2-Contratos Mercado Bienes		
	7-DERECHO CONCURSAL	7.1-Declaración de concurso		
7.2-Auto de declaración de concurso				
7.3-Administración Concursal				
7.4-EL CONCURSO				
<b>Tema 4 - Contratos del Sector Público</b>	1-CUESTIONES BÁSICAS			
	2-TIPOS DE CONTRATOS ADMINISTRATIVOS			
	3-CONTRATOS MENORES (artículo 118 LCSP)			
	4-PROCEDIMIENTOS DE ADJUDICACIÓN			
	5-OBJETO (presupuesto base de licitación, valor estimado, precio del contrato y su revisión)			
	6-PLIEGOS (de cláusulas administrativas y pliegos de condiciones técnicas)			
	7-CONCLUSIONES Y CONSEJOS			
	ANEXO: PLATAFORMA DE CONTRATACIÓN DEL ESTADO`			
<b>Tema 5 - Anexo - Derecho aplicado para la empresa y emprendedores</b>				

<b>Asignatura Tributación y Hacienda Pública</b>				
<b>Tema 1 - IRPF</b>	1-RÉGIMEN JURÍDICO			
	2-NATURALEZA, OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN			
	3-HECHO IMPONIBLE			
	4-CONTRIBUYENTE			
	5-PERÍODO IMPOSITIVO, DEVENGO Y CRITERIOS DE IMPUTACIÓN TEMPORAL			
	6-INDIVIDUALIZACIÓN DE RENTAS			
	7-BASE IMPONIBLE			
	8-BASE IMPONIBLE			
<b>Tema 2 - Impuesto sobre Sociedades IS</b>	1-INTRODUCCIÓN			
	2-RÉGIMEN JURÍDICO			
	3-NATURALEZA Y ÁMBITO DE APLICACIÓN			
	4-HECHO IMPONIBLE			
	5-EL SUJETO PASIVO: CONTRIBUYENTE			
	6-EXENCIONES			
	7-BASE IMPONIBLE			
	8-IMPUTACIÓN TEMPORAL DE INGRESOS Y GASTOS			
	9-AMORTIZACIONES			
	10-DETERIOROS			
	11-GASTOS NO DEDUCIBLES			
	12-ESQUEMA DE LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO DE SOCIEDADES			
<b>Tema 3 - Impuesto Valor Añadido IVA</b>	1-RÉGIMEN JURÍDICO			
	2-NATURALEZA, OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL IMPUESTO			
	3-HECHO IMPONIBLE	3.1-Entregas de bienes y prestaciones de servicios		
		3.2-Adquisiciones intracomunitarias		
		3.3-Importaciones.		
	4-SUJETOS PASIVOS			
	5-LUGAR DE REALIZACIÓN DEL HECHO IMPONIBLE			
	6-DEVENGO			
	7-BASE IMPONIBLE			
8-FUNCIONAMIENTO DEL IMPUESTO				
	1-RÉGIMEN JURÍDICO			

<b>Tema 4 - Impuesto Transmisiones Patrimoniales ITP</b>	2-ESTRUCTURA			
	3-NATURALEZA Y ÁMBITO DE APLICACIÓN			
	4-TRANSMISIONES PATRIMONIALES ONEROSAS			
	5-ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS			
	6-OPERACIONES SOCIETARIAS			
	7-DISPOSICIONES COMUNES			
	<b>Tema 5 - Tributación de empresas digitales</b>	1-INTRODUCCIÓN		
2-IRPF				
3-IS				
4-IVA				
5-RESUMEN				
<b>Asignatura Economía. Fundamentos de la Economía Empresarial</b>				
<b>Tema 1 - Macroeconomía y empresa</b>	0-INTRODUCCIÓN			
	1-ECONOMÍA Y EMPRESA			
	2-TIPOS DE BIENES, SERVICIOS Y FACTORES PRODUCTIVOS			
	3-TEORÍAS ECONÓMICAS	3.1-Teoría económica clásica		
		3.2-Teoría neoclásica		
		3.3-Teoría moderna		
	4-Conceptos clave	4.1-El Producto Interior Bruto (PIB)		
		4.2-El Producto Nacional Bruto (PNB)		
		4.3-Agregados Monetarios		
		4.4-Inflación		
		4.5-Dinero		
		4.6-Evolución del Dinero		
		4.7-Teoría del Crédito Circulante		
		4.8-Desempleo		
		4.9-La teoría de los ciclos económicos		
4.9.1-Teoría del ciclo Keynesianas (endógenas)				
4.9.2-Teoría Austriaca del ciclo (exógena)				
4.10-Política Económica				
5-LA EMPRESA. BREVE PASO POR LA HISTORIA				
<b>Tema 2 - Economía y Mercados. Tipos</b>	1-INTRODUCCIÓN			
	2-EQUILIBRIO EN LOS MERCADOS	2.1-Demanda		
		2.2-Oferta		
	3-TIPOS DE MERCADO	3.1-Competencia perfecta		

		3.2-Competencia imperfecta. Monopolio.	
		3.3-Competencia imperfecta. Oligopolio.	
		3.4-Competencia Monopolística.	
	4-FACTORES DE PRODUCCIÓN Y ANÁLISIS DE COSTES		
	5-UTILIDAD		
	6-TIPOS DE COSTE		
	7-BENEFICIO		
<b>Asignatura Producción, Gestión de Stocks - Supply Chain Management</b>			
<b>Tema 1- Dirección de Operaciones. Producción y Producto. Gestión Procesos Productivos- Lay-Out.</b>	1-INTRODUCCIÓN		
	2-ESTRATEGIAS DE CARA A LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	2.1-Estrategia basada en el volumen	
		2.2-Estrategia en costes	
		2.3-Estrategia basada en la calidad	
2.4-Estrategia basada en el tiempo			
3-EL PRODUCTO			
4-OPORTUNIDADES EN LA INTRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS			
5-DISEÑO DE PRODUCTOS/SERVICIOS			
6-CADENA DE VALOR			
7-CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS			
8-DISEÑO Y LOGÍSTICA			
<b>Módulo 2. Diseño y Gestión de los Procesos de Producción</b>			
9-INTRODUCCIÓN			
10-CARACTERIZACIÓN DE LOS PROCESOS	10.1-Caso especial. Fabricación modular		
11-FACTORES EN EL DISEÑO DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS	11.1-Condicionante económico		
	11.2-Condicionamiento relación externa empresarial		
	11.3-Condicionante debido al nivel de personalización del producto/servicio		
12-Lay-Out			
13-OBJETIVOS Y RESULTADOS DE UN DISEÑO DE LAY-OUT			
14-ELEMENTOS A TENER EN CUENTA			

	15-TIPOS DE DISTRIBUCIONES EN PLANTA	15.1-Distribución en planta orientada al producto 15.2-Distribución en planta por proceso.		
	16-CHECK-LIST. PASOS	a. Análisis de recorridos B. Tabla relacional de actividades		
	17-MOTIVOS DE REDISTRIBUCIÓN			
<b>Tema 2- Gestión Logística Empresarial</b>	1-INTRODUCCIÓN			
	2-LOGÍSTICA	2.1-Comprendiendo la Logística	2.1.1-Logística de Empresa al Cliente	
			2.1.1.1-Logística de Aprovisionamiento	
			2.1.1.2-Logística de Producción	
		2.1.1.3-Logística de Distribución		
	2.1.2-Logística en diferente dirección			
3-RED LOGÍSTICA				
<b>Anexo de Extensión Docente - Gestión de Stocks</b>	1-INTRODUCCIÓN			
	2-EL ALMACENAMIENTO			
	3-COSTE INHERENTE AL STOCK			
	4-LA DEMANDA	4.1-Tipos de demandas		
	5-SEGMENTACIÓN			
	6-NIVELES DE STOCK. INDICADORES			
	7-POLÍTICAS DE GESTIÓN DE STOCKS			
<b>Asignatura Recursos Humanos. Concepto de Trabajador. Contratación</b>				
<b>Tema 1 - Concepto de trabajador. Trabajo por cuenta ajena.</b>	1-Trabajador por cuenta ajena	1.1-Definición y procesos		
		1.2-El contrato laboral: Indefinido		
		1.3-El contrato laboral: Temporal		
		1.4-El contrato laboral: Por obra y servicio		
		1.5-Obligaciones y procedimientos		
	2-Ámbito laboral. Indicios de fraude y otros tipos de contrato laboral	2.1-Infracciones	2.1.1-Tipos de infracciones	
			2.1.2-Sujetos responsables de la infracción	
	Anexo. Cuantía de infracciones	¿Cuáles son las cuantías de las multas y la autoridad competente para imponerlas?		
		Procedimiento sancionador		
		Procedimiento liquidatorio		
Actas de liquidación				
Tablón Edictal Único				

<b>Tema 2 - Concepto de trabajador II. Trabajadores no afectos a la legislación laboral</b>	1-INTRODUCCIÓN			
	2-TRABAJO REALIZADO COMO TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA (AUTÓNOMO)	2.1-Inscripción y alta en Hacienda		
		2.2-Inscripción y alta en la Seguridad Social		
	3-TIPOS DE CONTRATOS /TRABAJOS	3.1-Contrato de ejecución de obra		
		3.2-Contrato de arrendamiento de servicios		
		3.3-Contrato de franquicia		
		3.4-Los trabajos familiares, benévolo, amistoso y de buena vecindad	3.4.1-Becas y prácticas no laborales	
			3.4.2-Trabajos familiares	
		3.5-Miembros del Consejo de administración de una sociedad mercantil		
		3.6-Función Pública: Los funcionarios		
3.7-Otros tipos de contrato de forma breve:	3.7.1-El contrato de agencia			
	3.7.2-El contrato de transportista con vehículo propio (mercancías)			
	3.7.3-Las relaciones laborales especiales			
<b>Tema 3 - Tipos de contratación.</b>	1-INTRODUCCIÓN	1.1-Ventajas		
		1.2-Inconvenientes		
		1.3-Introducción, finalización, igualdad entre trabajadores		
	2-CONTRATACIÓN DE OBRA Y SERVICIO (Trabajo Temporal)	2.1-El contrato de obra común		
	3-LA CONTRATACIÓN DE TRABAJADORES INTERINOS	3.1-Interinidad definición	Caso especial para excedencias(interinidad)	
		3.2-Formalización		

Distribución de la carga lectiva:

- 295 Horas estudio online.
- 125 Horas documentación y análisis temarios y anexos.
- 125 Horas lectura y comprensión temario.
- 55 Horas preparación y realización de evaluables.

## **Duración**

HORARIOS/MATRÍCULA/PRECIO

Clases mediante plataforma online.

**El periodo de matrícula está disponible hasta cubrir plazas.**

El precio total del curso es de **6.000,73 €**. Impuestos y todo tipo de tasas incluidos.

---

## **TITULACIÓN Y RECONOCIMIENTO**

Una vez superado el curso, el alumno obtendrá el Triple Título propio de **MBA PROPIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL Y MÁSTER PROPIO EN COMUNICACIÓN Y ORATORIA** acreditado por UNIDEMA

## INTRODUCCIÓN

El presente documento es un resumen de la metodología de evaluación del **TRIPLE TÍTULO PROPIO MBA PROPIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL Y MÁSTER PROPIO EN COMUNICACIÓN Y ORATORIA** que constará de una única parte:

- Exámenes por pruebas objetivas (tipo test). (100% Nota final)

## EXÁMENES

Dentro del Aula Virtual, el triple título se compone de diversas áreas académicas, de asignaturas. Los exámenes son tipo test y al finalizar los mismos se proyecta la nota. El objeto del triple título es el aprendizaje activo, y no busca en ningún caso la acción punitiva hacia el estudiante, lo que se materializa en exámenes sin límite de convocatoria. Mientras la matrícula del curso esté activa, el estudiante puede volver a repetir el examen tantas veces como estime hasta adquirir los conocimientos necesarios. La media de las notas obtenidas en los exámenes tendrá una ponderación sobre la nota final del triple título del 100%. Un 10 de media en todos los exámenes significará un 10 en la nota final del triple título.

Nota: El presente esquema de evaluación y asignaturas podrá ser modificado con preaviso de 30 días a la comunidad de estudiantes sin que, en ningún caso, dicha modificación afecte a los estudiantes en curso.