

+ **Objetivos:**

Dotar al alumno de conocimientos necesarios en relación a distintos departamentos de la empresa, para decidir y establecer las acciones de marketing a seguir, adoptar las decisiones más adecuadas en el ámbito financiero, planificar y gestionar los recursos humanos, y promover la implantación y gestión de un Sistema de Gestión de Calidad.

+ **Contenidos:**

MÓDULO 1: Marketing

Planificación de marketing

Introducción.

El proceso de planificación de marketing.

Marketing 2.0

Introducción.

Optimizar la integración.

Viralidad.

Social Media Marketing.

Plan de Marketing 2.0.

Social Media Plan

Introducción.

Página web corporativa.

Banner.

Marketing en buscadores.

Blog corporativo.

Blogmarketing.

Nanoblogging – Microblogging.

Marketing en redes sociales.

Widget Marketing.

Podcasting.

MÓDULO 2: Gestión Financiera

Solvencia

Introducción.

Liquidez. Disponibilidad.

Tesorería.

Análisis financiero mediante porcentajes.

Endeudamiento

Introducción.

Endeudamiento total.

Autonomía.



Responsabilidad de dirección

Introducción.

Compromiso de la dirección, enfoque al cliente.

Política de Calidad.

Objetivos de la calidad. Planificación del sistema de gestión de la calidad.

Responsabilidad, autoridad y comunicación.

Revisión del sistema.

Gestión de recursos

Introducción.

Recursos Humanos.

Infraestructura.

Ambiente de trabajo.

Realización del producto

Introducción.

Exclusiones de la Norma.

Procesos relacionados con el cliente.

Diseño y Desarrollo.

Compras.

Producción y prestación del servicio.

Control de los equipos de seguimiento y medición.

Seguimiento, análisis y mejora

Introducción.

Seguimiento y medición.

Control del producto no conforme.

Análisis de datos.

Mejora continua.