



**EDUCA  
BUSINESS  
SCHOOL**



Titulación certificada por  
**EDUCA BUSINESS SCHOOL**



## Maestría Experto Agente FIFA



**EDUCA  
BUSINESS  
SCHOOL**



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



# Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

## SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

## NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

## Maestría Experto Agente FIFA

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 \$

Incluye materiales didácticos,  
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



## Titulación

Titulación de Maestría Experto Agente FIFA con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





## Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado  
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

## Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General  
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a  
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD  
**SOCIAL**  
CORPORATIVA



El presente Título es parte de la Acción Formativa de la Maestría Experto Agente FIFA Superada en el marco de los planes de formación de la escuela Educa Business School, entidad de titularidad pública, con carácter de entidad de formación de postgrado, inscrita en el Registro de Entidades de Formación de Postgrado de la Junta de Andalucía, y en el Registro de Entidades de Formación de Postgrado de la Junta de Castilla-La Mancha. El presente Título es parte de la Acción Formativa de la Maestría Experto Agente FIFA Superada en el marco de los planes de formación de la escuela Educa Business School, entidad de titularidad pública, con carácter de entidad de formación de postgrado, inscrita en el Registro de Entidades de Formación de Postgrado de la Junta de Andalucía, y en el Registro de Entidades de Formación de Postgrado de la Junta de Castilla-La Mancha.

## Descripción

La representación y gestión de deportistas representa una gran oportunidad de negocio, ya que actualmente se trata de una actividad profesional en auge y con una elevada demanda de profesionales altamente cualificados. Por medio de la presente Maestría Experto Agente FIFA se ofrecen al alumnado los conocimientos y habilidades profesionales adecuadas para dar respuesta a los diferentes desafíos a los que se enfrenta en su día a día el representante de deportistas.

## Objetivos

Entre los principales objetivos a alcanzar a lo largo de la presente Maestría Experto Agente FIFA podemos destacar los siguientes:

- Analizar el concepto de branding y gestión de marca.
- Definir la marca personal y diseñar un plan de comunicación.
- Conocer y aplicar las principales técnicas de Copywriting.
- Gestión de la marca personal en el entorno online.
- Aprender todo lo referente sobre la comunicación interna y externa de la empresa.
- Conocer los aspectos esenciales de la publicidad y las relaciones públicas.
- Adquirir todas las técnicas y conocimientos sobre redes sociales.
- Introducir el coaching como una alternativa que modifique el estilo de vida personal del coachee, ofreciendo un camino de mejora de la calidad de vida.
- Impulsar el desarrollo personal derivado de implantar una cultura de coaching.
- Conocer la función de las administraciones públicas, entre las cuales se encuadran las entidades deportivas.
- Determinar las obligaciones y derechos con los que cuentan estas entidades dentro del Proceso Administrativo.

---

## A quién va dirigido

---

La Maestría Experto Agente FIFA está dirigida a profesionales y estudiantes del ámbito del marketing, la comunicación y las relaciones públicas y otros ámbitos afines interesados en formarse en esta materia, y acceder a un mercado laboral con un gran potencial de desarrollo, en el que se da una elevada demanda de profesionales cualificados. Igualmente, se dirige a cualquier persona que quiera formarse en esta materia para orientar su carrera profesional a este sector.

---

## Para qué te prepara

---

Gracias a la Maestría Experto Agente FIFA podrás los conocimientos y competencias profesionales en relación a los diferentes campos de actividad directa o indirectamente relacionados con la función de representación de deportistas profesionales, de forma que puedas alcanzar una perspectiva profesionalizada, realista y versátil sobre este ámbito profesional.

## Salidas Laborales

Representate de deportistas, representante profesional, representación y gestión de deportistas, representante de futbolistas.

## Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono  
**(+34) 958 050 217** e  
infórmate de los pagos a  
plazos sin intereses que  
hay disponibles



## Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

**10% Beca Alumnos:** Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



## Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



## Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



## Reinventamos la Formación Online



### Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



### Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.





### Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



### Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



### Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



### Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



### Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



### Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



### Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

## Acreditaciones y Reconocimientos



## Temario

# PARTE 1. GESTIÓN DE LA MARCA PERSONAL: PERSONAL BRANDING

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA

1. ¿Qué es una marca?
2. Naturaleza y estructura de la marca

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca: Brand Equity
3. Marcas corporativas y marca producto

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La marca en el medio online
3. Comunicación visual

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management - identidad de marca
4. El storytelling
5. Branded content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca

7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
8. El packaging
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LA MARCA PERSONAL**

1. Definir la marca personal y el estilo
2. Identificar a la audiencia objetivo
3. Idear tu propia página web
4. Creación de lista de contactos
5. Utilización del social media
6. Diseño y ejecución de un plan de comunicación
7. Herramientas y recursos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DEL PERFIL EN LINKEDIN**

1. Introducción
2. Navegación
3. Plantear una estrategia
4. Creación y diseño del perfil
5. Información profesional
6. Networking y grupos
7. Consejos para aumentar la visibilidad
8. Búsqueda de empleo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. COPYWRITING APLICADO**

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Principales Técnicas
5. Apartado \"Sobre mí\"
6. Consejos SEO

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRODUCTIVIDAD PERSONAL**

1. Introducción
2. Clasificación de tareas
3. Procrastinación
4. Getting things done
5. Gestión de reuniones
6. El coste de oportunidad
7. Timeblocking
8. Extensiones de Chrome para aumentar la productividad

## **PARTE 2. RELACIONES PÚBLICAS**

## MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación
2. Elementos y características de la comunicación
3. Teorías comunicativas según el contexto
4. Obstáculos comunicativos
5. Tipologías comunicativas

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Habilidades de la conversación
2. Proceso de escucha
3. Importancia de la empatía en la comunicación
4. Reformulación de comunicaciones
5. Cómo lograr la aceptación incondicional
6. La habilidad de personalizar
7. La confrontación en la comunicación

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa
2. Proceso y elementos de la comunicación
3. La calidad de las comunicaciones empresariales
4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
5. Tipologías de comunicación empresarial

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. PCI o políticas de comunicación integral
2. Formación en comunicación de los directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

1. Introducción al proceso directivo
2. Características y teorías de liderazgo

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

1. Conceptualización de motivación laboral
2. Características y teorías de la motivación laboral
3. Liderazgo y motivación
4. Logro de satisfacción laboral

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales

4. Proceso de negociación y fases principales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN**

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR**

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

## **MÓDULO 2. MARKETING RELACIONAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL**

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL**

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE**

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN**

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA**

## CONOCER AL CLIENTE

- 1.Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
- 2.Criterios de segmentación
- 3.Técnicas de análisis y segmentación de clientes
- 4.Segmentación en Internet
- 5.Geomarketing y segmentación

## UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

- 1.La importancia de medir los resultados
- 2.Definición de un plan de investigación
- 3.Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
- 4.Métricas de clientes
- 5.Otros indicadores básicos

## UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS

- 1.Estrategias para captar leads de calidad
- 2.Utilización de email marketing para captar leads
- 3.Utilización de buscadores para la generación de leads
- 4.El permission marketing

## MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA Y RELACIONES PÚBLICAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

- 1.Tipos de redes sociales
- 2.La importancia actual del social media
- 3.Prosumer
- 4.Contenido de valor
- 5.Marketing viral
- 6.La figura del Community Manager
- 7.Social Media Plan
- 8.Reputación Online

### UNIDAD DIDÁCTICA 18. SOCIAL CRM

- 1.Introducción
- 2.Marketing relacional
- 3.Experiencia del usuario
- 4.Herramientas de Social CRM

### UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

- 1.Introducción
- 2.Escucha activa
- 3.Uso de chatbots en Facebook Messenger
- 4.Información de la Fanpage
- 5.Gestión de Comentarios

6. Reseñas o valoraciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización
7. Gestión de comentarios
8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

#### UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Instagram Direct
4. Gestión de comentarios
5. Herramientas de Análisis y monitorización

#### UNIDAD DIDÁCTICA 22. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

### MÓDULO 4. RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETES DE PRENSA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas
4. Análisis de los públicos
5. El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social
6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE

## COMUNICACIÓN

- 1.Introducción y planteamiento general
- 2.Consideraciones preliminares
- 3.La personalización de las relaciones con la prensa
- 4.Negociación de las partidas y noticiabilidad
- 5.Gestión y coordinación
- 6.Desarrollo del trabajo del gabinete

# PARTE 3. DERECHO DEL DEPORTE

## MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO ADMINISTRATIVO EN EL DEPORTE ESTATAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. DERECHO ADMINISTRATIVO EN EL DEPORTE ESTATAL

- 1.Introducción al derecho administrativo en el deporte
  - 1.- Régimen jurídico en el deporte
  - 2.- Tribunal Administrativo del Deporte
- 2.Régimen normativo del deporte: Código de Derecho Deportivo
- 3.Ley del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones públicas
- 4.Objeto de la Ley
- 5.Normas y disposiciones derogadas
- 6.Otras cuestiones a tener en cuenta en el ámbito administrativo
  - 1.- Los modelos de gestión del servicio público deportivo
  - 2.- Infracciones y sanciones

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ACTUACIÓN ANTE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

- 1.El acto administrativo
  - 1.- Concepto
  - 2.- Forma
  - 3.- Elementos
  - 4.- Clases
  - 5.- Actos administrativos nulos y actos administrativos anulables
  - 6.- Privilegios administrativos: presunción de validez, no suspensión, ejecución forzosa
  - 7.- La comunicación del acto administrativo

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

- 1.Procedimiento administrativo
  - 1.- Características
  - 2.- Etapas: Iniciación, Ordenación, Instrucción y Terminación
  - 3.- La respuesta de la Administración. El silencio administrativo
- 2.El recurso administrativo
  - 1.- Derechos de los ciudadanos frente a las Administraciones Públicas



- 2.- Concepto y cuestiones básicas de los recursos
- 3.- Clases de recursos
- 4.- Requisitos para la presentación de un recurso administrativo
- 5.- Escritos
- 3.El proceso contencioso administrativo
  - 1.- Actos que ponen fin a la vía administrativa
  - 2.- Concepto y plazos
  - 3.- Escritos
  - 4.- Organismos que integran la jurisdicción contencioso-administrativa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

- 1.Actuación
- 2.Términos y plazos
- 3.Actos administrativos: requisitos
- 4.Notificación
- 5.Publicación
- 6.Nulidad y anulabilidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO COMÚN

- 1.Procedimiento y garantías
- 2.Fases del procedimiento
  - 1.- Iniciación
  - 2.- Ordenación
  - 3.- Instrucción
  - 4.- Finalización
- 3.Tramitación simplificada

## MÓDULO 2. FISCALIDAD DE DEPORTISTAS Y ENTIDADES DEPORTIVAS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FISCALIDAD DEL DEPORTE

- 1.Introducción al régimen tributario
  - 1.- Los Tributos: Concepto y Clases
  - 2.- Las Normas Tributarias
  - 3.- Las obligaciones Tributarias
  - 4.- Los Obligados Tributarios
  - 5.- La cuantificación de la Obligación Tributaria
  - 6.- La Deuda Tributaria
  - 7.- La Extinción de la Deuda Tributaria
- 2.Régimen tributario y su relación con el deporte

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRIBUTOS RELACIONADOS CON EL MUNDO DEL DEPORTE

- 1.Impuestos relacionados con la actividad deportiva

- 1.- Impuestos sobre la renta
- 2.- Impuestos directos sobre la renta. Incentivos fiscales del mecenazgo
- 3.- Impuesto sobre el patrimonio
- 4.- Imposición indirecta sobre el consumo y la circulación de bienes y derechos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES (IS)

1. Diferencias permanentes y temporales
  - 1.- Concepto
  - 2.- Clases
  - 3.- Cálculo
2. Concepto de Base Imponible Negativa
  - 1.- Cálculo e Implicaciones
  - 2.- Compensaciones. Periodos
3. Diferimiento de la Carga Fiscal
  - 1.- Temporalidad
  - 2.- Legislación
4. Divergencias entre Contabilidad y Fiscalidad
  - 1.- La Normativa Contable y la Normativa Fiscal
  - 2.- La Conciliación ente ambas Normativas
  - 3.- Asientos de ajuste

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA)

1. Hecho Imponible, exenciones. Lugar de realización
  - 1.- Sujeción y no sujeción
  - 2.- Exenciones
  - 3.- Ámbito de Aplicación
  - 4.- Devengo del impuesto
2. Base imponible. Sujeto pasivo
  - 1.- Importe facturado
  - 2.- Supuestos de No Comprensión en B.I
  - 3.- Sujeto pasivo. Sujeto Activo
3. Deducciones y Devoluciones
  - 1.- Supuestos de Deducción
  - 2.- Supuestos de No deducción
  - 3.- La Regla de Prorrata
  - 4.- Devolución a exportadores
  - 5.- Declaraciones a compensar
4. Tipos impositivos
  - 1.- Normal
  - 2.- Reducido
  - 3.- Superreducido

- 4.- Recargo de equivalencia
- 5.- Tipos especiales
- 5. Gestión y liquidación del Impuesto
  - 1.- Obligados a Declarar
  - 2.- Las declaraciones Trimestrales
  - 3.- La Declaración Anual
  - 4.- El pago del Impuesto

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (IRPF)

- 1. Conceptos Generales
  - 1.- Definición
  - 2.- Ámbito territorial
  - 3.- Rentas a Declarar
  - 4.- Rentas exentas y rentas no sujetas
  - 5.- Obligados a presentar declaración
  - 6.- Periodo impositivo y devengo
- 2. Base imponible
  - 1.- Rendimientos de Trabajo Personal
  - 2.- Rendimientos de Capital
  - 3.- Rendimientos de Actividades Empresariales y Profesionales
  - 4.- Variaciones patrimoniales
  - 5.- Imputaciones de renta
- 3. Base liquidable
  - 1.- Reducciones
- 4. Cuota íntegra
  - 1.- Cálculo
  - 2.- Deducciones
- 5. Deuda tributaria
  - 1.- Retenciones y pagos a cuenta

## PARTE 4. LA PROPIEDAD INTELECTUAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1. Concepto
- 2. Marco legal
- 3. Medidas tecnológicas de protección

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS BÁSICOS LPI

- 1. La originalidad y expresión de la idea
- 2. Los autores
- 3. Derechos morales
- 4. Derechos de explotación

5.Reproduccion de las obras

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN**

- 1.Introducción
- 2.Políticas generales y concienciación
- 3.Inventario software

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. SANCIONES**

- 1.Infracciones muy graves
- 2.Infracciones graves

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. DERECHO Y FISCALIDAD DE LA EDICIÓN**

- 1.Aspectos legales relativos al mercado editorial
- 2.Propiedad literaria y artística
- 3.Derechos y contratos de la edición
- 4.Propiedad intelectual: derechos de texto y derechos de imagen
- 5.Registros de la propiedad intelectual, ISBN e ISSN

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE IMÁGENES**

- 1.Normativa de aplicación
- 2.Como registrar las imágenes propias
- 3.Derechos de reproducción y uso
- 4.Derechos de manipulación
- 5.Creative Commons

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

- 1.Definición de redes sociales
- 2.Aspectos legales en redes sociales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROPIEDAD INTELECTUAL Y MARKETING DIGITAL**

- 1.Consideraciones previas. Amparo constitucional
- 2.Las fuentes del marketing digital
- 3.Propiedad intelectual y marketing digital

## **PARTE 5. ASESORÍA FISCAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO**

- 1.El Tributo
- 2.Hecho imponible
- 3.Sujeto pasivo
- 4.Determinación de la deuda tributaria
- 5.Contenido de la deuda tributaria
- 6.Extinción de la deuda tributaria

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I**

- 1.Introducción
- 2.Elementos del impuesto

- 3.Rendimientos del trabajo
- 4.Rendimientos de actividades económicas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II**

- 1.Rendimientos de capital inmobiliario
- 2.Rendimientos de capital mobiliario
- 3.Ganancias y pérdidas patrimoniales
- 4.Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
- 5.Liquidación del impuesto
- 6.Gestión del Impuesto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO**

- 1.Naturaleza del impuesto
- 2.Hecho imponible
- 3.Operaciones no sujetas y operaciones exentas
- 4.Lugar de realización del hecho imponible
- 5.Devengo del impuesto
- 6.Sujetos pasivos
- 7.Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
- 8.Base imponible
- 9.Tipos de Gravamen
- 10.Deducción del impuesto
- 11.Gestión del Impuesto
- 12.Regímenes especiales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES**

- 1.Naturaleza y ámbito de aplicación
- 2.Hecho imponible
- 3.Sujeto Pasivo
- 4.Base imponible
- 5.Periodo impositivo y devengo del impuesto
- 6.Tipo impositivo
- 7.Bonificaciones y Deducciones
- 8.Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
- 9.Régimen especial de las fusiones y escisiones
- 10.Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
- 11.Otros regímenes especiales
- 12.Gestión del impuesto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPUESTO SOBRE SUCESIONES**

- 1.Normativa aplicable
- 2.Cálculo del hecho imponible
- 3.Sujetos pasivos del impuesto

- 4.Cálculo de la Base imponible
- 5.Cálculo de la Base liquidable
- 6.Regímenes especiales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPUESTO SOBRE DONACIONES**

- 1.Cálculo del hecho imponible
- 2.Sujetos pasivos del impuesto
- 3.Cálculo de la Base imponible
- 4.Cálculo de la Base liquidable
- 5.Cálculo de la cuota íntegra
- 6.Deuda tributaria
- 7.Liquidación del impuesto

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUESTIONES GENERALES SOBRE EL IMPUESTO DE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS**

- 1.Régimen jurídico aplicable al ITP y AJD
- 2.Naturaleza y características del ITP y AJD
- 3.Modalidades del ITP y AJD. Compatibilidades e incompatibilidades
- 4.Principios de aplicación del ITP y AJD
- 5.Ámbito de aplicación territorial del ITP y AJD

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRANSMISIONES PATRIMONIALES ONEROSAS**

- 1.Hecho imponible
- 2.Sujeto pasivo
- 3.Base imponible y base liquidable en TPO
- 4.Tipos de gravamen y cuota en TPO
- 5.Deducciones y bonificaciones. Cuota líquida en TPO

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. OPERACIONES SOCIETARIAS**

- 1.Aspectos generales de las operaciones societarias
- 2.Concepto de sociedad a efectos de la modalidad Operaciones Societarias
- 3.Hecho imponible
- 4.Operaciones no sujetas a la modalidad de operaciones societarias
- 5.Base imponible en la modalidad de operaciones societarias
- 6.Sujeto pasivo. Cuota tributaria en la modalidad de operaciones societarias

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS**

- 1.Naturaleza jurídica de la modalidad de Actos Jurídicos Documentados
- 2.Normativa reguladora de la modalidad de AJD
- 3.Documentos notariales
- 4.Documentos mercantiles
- 5.Documentos administrativos