

# Grand Master de Formación Permanente

## Asesoría Integral

**G M F P A I**



**tech** universidad  
tecnológica



## Grand Master de Formación Permanente Asesoría Integral

- » Modalidad: online
- » Duración: 15 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-asesoria-integral](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-asesoria-integral)

# Índice

01

Bienvenida

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 6*

03

¿Por qué nuestro programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competencias

---

*pág. 22*

06

Estructura y contenido

---

*pág. 30*

07

Metodología

---

*pág. 62*

08

Perfil de nuestros alumnos

---

*pág. 70*

09

Dirección del curso

---

*pág. 74*

10

Impacto para tu carrera

---

*pág. 98*

11

Beneficios para tu empresa

---

*pág. 102*

12

Titulación

---

*pág. 106*

# 01 Bienvenida

Las empresas se mueven en entornos altamente competitivos, debiendo cumplir una serie de deberes y obligaciones que afectan a todas. Por ello, las compañías cuentan en sus plantillas con profesionales especializados en materia laboral y fiscal, que les ayuden a estar al día con todas las obligaciones que marcan las normativas de su sector. Cada movimiento lleva aparejado una serie de obligaciones que deben ser cubiertas, porque, en el que caso de que no se cumplan todos los pasos, se puede llegar a procedimientos jurídicos que acaben en sanciones económicas. Con el fin de evitar estas posibles situaciones, TECH ha diseñado este programa dirigido a los asesores de empresas, quienes encontrarán la información más novedosa sobre asesoría laboral y fiscal, de tal manera que adquieran la capacitación necesaria que les permitirá mejorar en su práctica diaria y alcanzar el éxito en su profesión.



Grand Master de Formación Permanente en Asesoría Integral  
TECH Universidad Tecnológica



“

*Una oportunidad única para que los asesores de empresas conozcan las últimas novedades a nivel laboral y logren destacar en un sector de alta demanda”*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

*TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”*

## En TECH Universidad Tecnológica



### Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



### Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

**95%**

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



### Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

**+100.000**

directivos capacitados cada año

**+200**

nacionalidades distintas



### Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

**+500**

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



### Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



### Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



### Análisis

---

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



### Excelencia académica

---

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



### Economía de escala

---

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



### Aprende con los mejores

---

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



*En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico*

03

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

*Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”*

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

### **Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno**

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

*El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 15 meses.*

02

### **Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa**

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

*Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.*

03

### **Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial**

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

*Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.*

04

### **Asumir nuevas responsabilidades**

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

*El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.*

05

### Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

*Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.*

06

### Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

*El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.*

07

### Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

*Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.*

08

### Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

*Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.*

# 04 Objetivos

Tras la finalización de esta capacitación, los profesionales estarán altamente especializados en el campo de la Asesoría Integral. De esta forma, los egresados experimentarán un significativo salto de calidad en su carrera laboral y brindarán los asesoramientos más completos. Así pues, los expertos enriquecerán su praxis diaria y estarán equipados con las técnicas más avanzadas para orientar a las organizaciones.



“

*Optimizarás tus habilidades para la gestión de empresas gracias a este completísimo programa universitario de TECH”*



TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos  
Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El Grand Master de Formación Permanente en Asesoría Integral capacitará al alumno para:

01

Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo

04

Fomentar la creación de estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

02

Ahondar en los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio



03

Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable

05

Diferenciar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial



06

Trabajar de una forma más efectiva, más ágil y más alineado con las nuevas tecnologías y herramientas actuales

08

Delimitar la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos en favor de los beneficios de la empresa



09

Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad

07

Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial

10

Esclarecer el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios

11

Ser capaz de gestionar el plan económico y financiero de la empresa

14

Crear estrategias innovadoras acordes con los diferentes proyectos

12

Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas



13

Aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa

15

Proponer un modelo dinámico de empresa que apoye su crecimiento en los recursos intangibles

16

Adquirir un conocimiento integral sobre las notas definitorias de la relación laboral y tendrá una noción sobre las distintas formas de organización empresarial y las subsiguientes responsabilidades laborales que se pueden derivar de este tipo de decisiones

18

Aprender las cuestiones sobre registro horario, jornada, horas extraordinarias, descansos, vacaciones, modificación de condiciones de trabajo, permisos, suspensiones del contrato y excedencias

19

Adquirir las capacidades para poder asesorar en materia de libertad sindical, conociendo todos los puntos conflictivos en relación con este derecho fundamental y la Ley Orgánica que lo desarrolla

17

Poseer competencias básicas para poder afrontar un asesoramiento sobre las tareas de gestión laboral ordinaria

20

Adquirir las competencias en materia de elecciones a representación legal de los trabajadores, derechos, garantías y demás prerrogativas relacionadas con el mandato representativo



21

Adquirir los conocimientos básicos en relación con el derecho fundamental a la huelga, su procedimiento y sus límites

22

Conocer las obligaciones y responsabilidades que incumben a las empresas y por donde pueden atacar los trabajadores cuando estas medidas de seguridad y salud no se hayan cumplido

23

Adquirir las destrezas necesarias para poder entablar una demanda dentro de la jurisdicción social y enfrentarse a las subsiguientes tareas dentro de la tramitación procesal

24

Adquirir los conocimientos básicos para poder recurrir las resoluciones judiciales, ya sea ante el propio órgano judicial que los ha dictado o en sede de suplicación y sobre el recurso de casación para la unificación de la doctrina

25

Tomar las decisiones apropiadas para cumplir con las obligaciones y deberes tributarios, maximizando la eficiencia fiscal del comportamiento de las empresas



26

Conocer el régimen de tributación consolidada, los supuestos en que es aplicable y los efectos que implica

28

Comprender la forma de cálculo de los diversos impuestos especiales

29

Cumplir las obligaciones tributarias de las empresas individuales o societarias

27

Aprender las normas sobre repercusión del IVA y sus requisitos, con especial hincapié en la facturación en papel y por medios telemáticos

30

Ser capaz de presentar declaraciones tributarias y de relacionarse telemáticamente con la Agencia tributaria



05

# Competencias

Mediante esta titulación universitaria, los egresados desarrollarán las habilidades requeridas para ser más eficientes en el asesoramiento de empresas. De esta manera, tras la realización de este Grand Master de Formación Permanente, estarán más capacitados para desarrollarse con éxito en su práctica diaria, aportando todos estos nuevos conocimientos a su trabajo. Sin duda, un programa que marcará un antes y un después en su manera de trabajar.





“

*Conoce las particularidades de la Asesoría Fiscal y Laboral. ¡Serás más eficiente en tu práctica diaria!”*

01

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

04

Manejar herramientas y métodos para la manipulación y mejor utilización del dato, para la entrega de resultados comprensibles para el receptor final

02

Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa

03

Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

05

Implementar las claves para que la gestión del I+D+i tenga éxito en las organizaciones





06

Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa

08

Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa



09

Liderar los diferentes proyectos de la empresa, a partir de definir cuando priorizar y retrasar su desarrollo dentro de una organización

07

Elaborar y liderar planes de marketing

10

Apostar por el desarrollo sostenible de la compañía, evitando impactos medioambientales

11

Tener una visión integral sobre el Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social

14

Conocer las modalidades de contratación más útiles para las necesidades de las empresas

12

Enfrentarse con éxito a las cuestiones que se susciten en su desarrollo profesional en el seno de organizaciones públicas o privadas, bien sea en empresas o en despachos o bufetes de asesoría jurídica

13

Reconocer las condiciones laborales aplicables en función de la fuente del ordenamiento laboral en las que se incluyan

15

Tener un dominio del convenio como herramienta de fijación de las condiciones laborales y otra serie de cuestiones tendentes a ordenar las relaciones de trabajo



16

Tener una panorámica general sobre la extinción de la relación laboral

18

Dar respuesta a las necesidades de la empresa sobre las relaciones laborales cambiantes

19

Resolver los problemas laborales que se le planteen

17

Afrontar un proceso de selección y captación de personal de una forma eficiente, pudiendo conocer todas aquellas cuestiones que se precisan en relación con el ingreso del trabajador en la empresa

20

Entablar una demanda dentro de la jurisdicción social y enfrentarse a las subsiguientes tareas dentro de la tramitación procesal



21

Realizar los trámites fiscales de forma telemática

24

Manejar la doctrina administrativa y la jurisprudencia interpretativa de la ley

22

Conseguir un manejo fluido en la legislación, la doctrina administrativa y la jurisprudencia en la materia



23

Conocer el régimen de contabilización del IVA y el IS

25

Poder presentar la declaración del impuesto

26

Determinar el Impuesto sobre Sociedades en los casos de aplicación de un régimen especial

28

Aplicar los ajustes a las cooperativas en el Impuesto sobre Sociedades, derivados de su régimen especial

29

Aplicar las normas sobre devengo del impuesto para las distintas operaciones

27

Poder realizar la comunicación del régimen de fusiones

30

Manejar la información de la AEAT y la doctrina administrativa y jurisprudencial en torno al impuesto

06

# Estructura y contenido

La Asesoría Integral en el ámbito empresarial es fundamental, ya que las compañías precisan contar con profesionales que sean capaces de gestionarles todas las cuestiones laborales y tributarias que deben llevar al día, para evitar posibles problemas económicos y judiciales. Por ello, TECH ha diseñado este Grand Master de Formación Permanente, que cuenta con la información más completa y relevante en este campo, y que ha sido estructurado para que los alumnos puedan autogestionar su tiempo de estudio de manera cómoda.



“

*Un temario de calidad y a la vanguardia de la enseñanza académica que te aportará el conocimiento más reciente en Asesoría Integral”*

## Plan de estudios

El Grand Master de Formación Permanente en Asesoría Integral de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo del estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje de gran calidad que podrá aplicar, posteriormente, a su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad las principales áreas de la empresa y está diseñado para que los directivos entiendan el asesoramiento a empresas desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para los alumnos, enfocado a su mejora profesional y que les prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la asesoría laboral y fiscal. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 15 meses y se divide en 30 módulos:

<b>Módulo 1</b>	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
<b>Módulo 2</b>	Dirección estratégica y <i>Management Directivo</i>
<b>Módulo 3</b>	Dirección de personas y gestión del talento
<b>Módulo 4</b>	Dirección económico-financiera
<b>Módulo 5</b>	Dirección de operaciones y logística
<b>Módulo 6</b>	Dirección de sistemas de información
<b>Módulo 7</b>	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa
<b>Módulo 8</b>	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial
<b>Módulo 9</b>	Innovación y Dirección de Proyectos
<b>Módulo 10</b>	<i>Management Directivo</i>
<b>Módulo 11</b>	La relación laboral, el empresario y el contrato de trabajo
<b>Módulo 12</b>	Las modalidades de la contratación laboral y el poder de dirección del empresario
<b>Módulo 13</b>	Vicisitudes de la relación laboral: jornada, descansos, modificación de condiciones e interrupción de la prestación laboral
<b>Módulo 14</b>	La extinción de la relación laboral
<b>Módulo 15</b>	La libertad sindical y modelo de representación en la empresa



<b>Módulo 16</b>	Convenios y acuerdos de empresa y medidas de conflicto colectivo
<b>Módulo 17</b>	El derecho de la Seguridad Social
<b>Módulo 18</b>	La Prevención de Riesgos Laborales: obligaciones y responsabilidades
<b>Módulo 19</b>	El proceso laboral: tutela declarativa (parte general y modalidades procesales)
<b>Módulo 20</b>	El proceso laboral: los medios de impugnación y la tutela
<b>Módulo 21</b>	Constitución, transmisión y deberes formales de la empresa
<b>Módulo 22</b>	La aplicación de los tributos, el régimen sancionador tributario y la revisión en materia tributaria
<b>Módulo 23</b>	El Impuesto sobre Sociedades: régimen general (1)
<b>Módulo 24</b>	El impuesto sobre Sociedades: régimen general (2)
<b>Módulo 15</b>	El impuesto sobre Sociedades: regímenes especiales (1)
<b>Módulo 26</b>	El impuesto sobre Sociedades: regímenes especiales (2)
<b>Módulo 27</b>	El impuesto sobre el Valor Añadido: régimen general (1)
<b>Módulo 28</b>	El impuesto sobre el Valor Añadido: régimen general (2)
<b>Módulo 29</b>	El impuesto sobre el Valor Añadido: regímenes especiales
<b>Módulo 30</b>	Impuestos especiales

## ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Grand Master de Formación Permanente en Asesoría Integral de manera totalmente online. Durante los 15 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

*Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.*

## Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

### 1.1. Globalización y Gobernanza

- 1.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
- 1.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
- 1.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

### 1.2. Liderazgo

- 1.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
- 1.2.2. Liderazgo en las empresas
- 1.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas

### 1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 1.3.3. Gestión de la Diversidad

### 1.4. Desarrollo directivo y liderazgo

- 1.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
- 1.4.2. Concepto de Liderazgo
- 1.4.3. Teorías del Liderazgo
- 1.4.4. Estilos de Liderazgo
- 1.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
- 1.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

### 1.5. Ética empresarial

- 1.5.1. Ética y Moral
- 1.5.2. Ética Empresarial
- 1.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

### 1.6. Sostenibilidad

- 1.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Las empresas sostenibles

### 1.7. Responsabilidad Social de la Empresa

- 1.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 1.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 1.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

### 1.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 1.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 1.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 1.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 1.8.4. Herramientas y estándares de la RSC

### 1.9. Multinacionales y derechos humanos

- 1.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 1.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

### 1.10. Entorno legal y Corporate Governance

- 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
- 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

**Módulo 2.** Dirección estratégica y Management Directivo

**2.1. Análisis y diseño organizacional**

- 2.1.1. Marco Conceptual
- 2.1.2. Factores clave en el diseño organizacional
- 2.1.3. Modelos básicos de organizaciones
- 2.1.4. Diseño organizacional: tipologías

**2.2. Estrategia Corporativa**

- 2.2.1. Estrategia corporativa competitiva
- 2.2.2. Estrategias de Crecimiento: tipologías
- 2.2.3. Marco conceptual

**2.3. Planificación y Formulación Estratégica**

- 2.3.1. Marco Conceptual
- 2.3.2. Elementos de la Planificación Estratégica
- 2.3.3. Formulación Estratégica: Proceso de la Planificación Estratégica

**2.4. Pensamiento estratégico**

- 2.4.1. La empresa como un sistema
- 2.4.2. Concepto de organización

**2.5. Diagnóstico Financiero**

- 2.5.1. Concepto de Diagnóstico Financiero
- 2.5.2. Etapas del Diagnóstico Financiero
- 2.5.3. Métodos de Evaluación para el Diagnóstico Financiero

**2.6. Planificación y Estrategia**

- 2.6.1. El Plan de una Estrategia
- 2.6.2. Posicionamiento Estratégico
- 2.6.3. La Estrategia en la Empresa

**2.7. Modelos y Patrones Estratégicos**

- 2.7.1. Marco Conceptual
- 2.7.2. Modelos Estratégicos
- 2.7.3. Patrones Estratégicos: Las Cinco P's de la Estrategia

**2.8. Estrategia Competitiva**

- 2.8.1. La Ventaja Competitiva
- 2.8.2. Elección de una Estrategia Competitiva
- 2.8.3. Estrategias según el Modelo del Reloj Estratégico
- 2.8.4. Tipos de Estrategias según el ciclo de vida del sector industrial

**2.9. Dirección Estratégica**

- 2.9.1. El concepto de Estrategia
- 2.9.2. El proceso de dirección estratégica
- 2.9.3. Enfoques de la dirección estratégica

**2.10. Implementación de la Estrategia**

- 2.10.1. Sistemas de Indicadores y Enfoque por Procesos
- 2.10.2. Mapa Estratégico
- 2.10.3. Alineamiento Estratégico

**2.11. Management Directivo**

- 2.11.1. Marco conceptual del Management Directivo
- 2.11.2. Management Directivo. El Rol del Consejo de Administración y herramientas de gestión corporativas

**2.12. Comunicación Estratégica**

- 2.12.1. Comunicación interpersonal
- 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 2.12.3. La comunicación interna
- 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

**Módulo 3.** Dirección de personas y gestión del talento

**3.1. Comportamiento Organizacional**

- 3.1.1. Comportamiento Organizacional. Marco Conceptual
- 3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional

**3.2. Las personas en las organizaciones**

- 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
- 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 3.2.3. Coaching y gestión de equipos
- 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad

**3.3. Dirección Estratégica de personas**

- 3.3.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 3.3.2. Dirección estratégica de personas

**3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada**

- 3.4.1. La importancia de RR.HH
- 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
- 3.4.3. Dirección estratégica de RR.HH

**3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RRHH**

- 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
- 3.5.2. El reclutamiento
- 3.5.3. El proceso de selección

**3.6. Gestión de recursos humanos por competencias**

- 3.6.1. Análisis del potencial
- 3.6.2. Política de retribución
- 3.6.3. Planes de carrera/sucesión

**3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño**

- 3.7.1. La gestión del rendimiento
- 3.7.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

**3.8. Gestión de la formación**

- 3.8.1. Las teorías del aprendizaje
- 3.8.2. Detección y retención del talento
- 3.8.3. Gamificación y la gestión del talento
- 3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional

**3.9. Gestión del talento**

- 3.9.1. Claves para la gestión positiva
- 3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa
- 3.9.3. Mapa del talento en la organización
- 3.9.4. Coste y valor añadido

**3.10. Innovación en gestión del talento y las personas**

- 3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 3.10.3. Fidelización y retención
- 3.10.4. Proactividad e innovación

**3.11. Motivación**

- 3.11.1. La naturaleza de la motivación
- 3.11.2. La teoría de las expectativas
- 3.11.3. Teorías de las necesidades
- 3.11.4. Motivación y compensación económica

**3.12. Employer Branding**

- 3.12.1. *Employer branding* en RR.HH
- 3.12.2. *Personal Branding* para profesionales de RR.HH

**3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño**

- 3.13.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 3.13.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

**3.14. Desarrollo competencial directivo**

- 3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?
- 3.14.2. Elementos de las competencias
- 3.14.3. Conocimiento
- 3.14.4. Habilidades de dirección
- 3.14.5. Actitudes y valores en los directivos
- 3.14.6. Habilidades directivas

**3.15. Gestión del tiempo**

- 3.15.1. Beneficios
- 3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?
- 3.15.3. Tiempo
- 3.15.4. Las ilusiones del tiempo
- 3.15.5. Atención y memoria
- 3.15.6. Estado mental
- 3.15.7. Gestión del tiempo
- 3.15.8. Proactividad
- 3.15.9. Tener claro el objetivo
- 3.15.10. Orden
- 3.15.11. Planificación

**3.16. Gestión del cambio**

- 3.16.1. Gestión del cambio
- 3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

**3.17. Negociación y gestión de conflictos**

- 3.17.1 Negociación
- 3.17.2 Gestión de Conflictos
- 3.17.3 Gestión de Crisis

**3.18. Comunicación directiva**

- 3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 3.18.2. Departamentos de Comunicación
- 3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

**3.19. Gestión de Recursos Humano y equipos PRL**

- 3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos
- 3.19.2. Prevención de riesgos laborales

**3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento**

- 3.20.1. La productividad
- 3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento

**3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria**

- 3.21.1. Compensación monetaria vs. no monetaria
- 3.21.2. Modelos de bandas salariales
- 3.21.3. Modelos de compensación no monetaria
- 3.21.4. Modelo de trabajo
- 3.21.5. Comunidad corporativa
- 3.21.6. Imagen de la empresa
- 3.21.7. Salario emocional

**3.22. Innovación en gestión del talento y las personas II**

- 3.22.1. Innovación en las Organizaciones
- 3.22.2. Nuevos retos del departamento de Recursos Humanos
- 3.22.3. Gestión de la Innovación
- 3.22.4. Herramientas para la Innovación

**3.23. Gestión del conocimiento y del talento**

- 3.23.1. Gestión del conocimiento y del talento
- 3.23.2. Implementación de la gestión del conocimiento

**3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital**

- 3.24.1. El contexto socioeconómico
- 3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial
- 3.24.3. Nuevas metodologías

**Módulo 4. Dirección económico-financiera**

**4.1. Entorno Económico**

- 4.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 4.1.2. Instituciones financieras
- 4.1.3. Mercados financieros
- 4.1.4. Activos financieros
- 4.1.5. Otros entes del sector financiero

**4.2. La financiación de la empresa**

- 4.2.1. Fuentes de financiación
- 4.2.2. Tipos de costes de financiación

**4.3. Contabilidad Directiva**

- 4.3.1. Conceptos básicos
- 4.3.2. El Activo de la empresa
- 4.3.3. El Pasivo de la empresa
- 4.3.4. El Patrimonio Neto de la empresa
- 4.3.5. La Cuenta de Resultados

**4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes**

- 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
- 4.4.2. El gasto en contabilidad general y en contabilidad de costes
- 4.4.3. Clasificación de los costes

**4.5. Sistemas de información y Business Intelligence**

- 4.5.1. Fundamentos y clasificación
- 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto

**4.6. Presupuesto y Control de Gestión**

- 4.6.1. El modelo presupuestario
- 4.6.2. El Presupuesto de Capital
- 4.6.3. La Presupuesto de Explotación
- 4.6.5. El Presupuesto de Tesorería
- 4.6.6. Seguimiento del Presupuesto

**4.7. Gestión de tesorería**

- 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
- 4.7.2. Cálculo de Necesidades Operativas de Fondos
- 4.7.3. *Credit management*

**4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas**

- 4.8.1. Conceptos tributarios básicos
- 4.8.2. El impuesto de sociedades
- 4.8.3. El impuesto sobre el valor añadido
- 4.8.4. Otros impuestos relacionados con la actividad mercantil
- 4.8.5. La empresa como facilitador de la labor del Estado

#### 4.9. Sistemas de control de las empresas

- 4.9.1. Análisis de los estados financieros
- 4.9.2. El Balance de la empresa
- 4.9.3. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 4.9.4. El Estado de Flujos de Efectivo
- 4.9.5. Análisis de Ratios

#### 4.10. Dirección Financiera

- 4.10.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 4.10.2. El departamento financiero
- 4.10.3. Excedentes de tesorería
- 4.10.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 4.10.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

#### 4.11. Planificación Financiera

- 4.11.1. Definición de la planificación financiera
- 4.11.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 4.11.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 4.11.4. El cuadro *Cash Flow*
- 4.11.5. El cuadro de circulante

#### 4.12. Estrategia Financiera Corporativa

- 4.12.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 4.12.2. Productos financieros de financiación empresarial

#### 4.13. Contexto Macroeconómico

- 4.13.1. Contexto macroeconómico
- 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
- 4.13.3. Mecanismos para el control de magnitudes macroeconómicas
- 4.13.4. Los ciclos económicos

#### 4.14. Financiación Estratégica

- 4.14.1. La autofinanciación
- 4.14.2. Ampliación de fondos propios
- 4.14.3. Recursos Híbridos
- 4.14.4. Financiación a través de intermediarios

#### 4.15. Mercados monetarios y de capitales

- 4.15.1. El Mercado Monetario
- 4.15.2. El Mercado de Renta Fija
- 4.15.3. El Mercado de Renta Variable
- 4.15.4. El Mercado de Divisas
- 4.15.5. El Mercado de Derivados

#### 4.16. Análisis y planificación financiera

- 4.16.1. Análisis del Balance de Situación
- 4.16.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 4.16.3. Análisis de la Rentabilidad

#### 4.17. Análisis y resolución de casos/problemas

- 4.17.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

### Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

#### 5.1. Dirección y Gestión de Operaciones

- 5.1.1. La función de las operaciones
- 5.1.2. El impacto de las operaciones en la gestión de las empresas
- 5.1.3. Introducción a la estrategia de Operaciones
- 5.1.4. La dirección de Operaciones

#### 5.2. Organización industrial y logística

- 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
- 5.2.2. Departamento de Logística

#### 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO, etc)

- 5.3.1. Sistema de producción
- 5.3.2. Estrategia de producción
- 5.3.3. Sistema de gestión de inventario
- 5.3.4. Indicadores de producción

#### 5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento

- 5.4.1. Función del aprovisionamiento
- 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
- 5.4.3. Tipos de compras
- 5.4.4. Gestión de compras de una empresa de forma eficiente
- 5.4.5. Etapas del proceso de decisión de la compra

#### 5.5. Control económico de compras

- 5.5.1. Influencia económica de las compras
- 5.5.2. Centro de costes
- 5.5.3. Presupuestación
- 5.5.4. Presupuestación vs gasto real
- 5.5.5. Herramientas de control presupuestario

#### 5.6. Control de las operaciones de almacén

- 5.6.1. Control de inventario
- 5.6.2. Sistema de ubicación
- 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
- 5.6.4. Sistema de almacenamiento

#### 5.7. Gestión estratégica de compras

- 5.7.1. Estrategia empresarial
- 5.7.2. Planeación estratégica
- 5.7.3. Estrategia de compras

#### 5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)

- 5.8.1. Cadena de suministro
- 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena suministro
- 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro

<p><b>5.9. Supply Chain management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)</li> <li>5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operacione</li> <li>5.9.3. Patrones de Demanda</li> <li>5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio</li> </ul>	<p><b>5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.10.1. Interacción de la cadena de suministro</li> <li>5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes</li> <li>5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro</li> <li>5.10.4. Cadena de suministro 4.0</li> </ul>	<p><b>5.11. Costes de la logística</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.11.1. Costes logísticos</li> <li>5.11.2. Problemas de los costes logísticos</li> <li>5.11.3. Optimización de costes logísticos</li> </ul>	<p><b>5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.12.1. Cadena logística</li> <li>5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística</li> <li>5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística</li> </ul>
<p><b>5.13. Gestión de procesos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.13.1. La gestión de procesos</li> <li>5.13.2. Enfoque basado en procesos: mapa de procesos</li> <li>5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos</li> </ul>	<p><b>5.14. Distribución y logística de transportes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.14.1. Distribución en la cadena de suministro</li> <li>5.14.2. Logística de Transportes</li> <li>5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la Logística</li> </ul>	<p><b>5.15. Logística y clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.15.1. Análisis de Demanda</li> <li>5.15.2. Previsión de Demanda y Ventas</li> <li>5.15.3. Planificación de Ventas y Operaciones</li> <li>5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)</li> </ul>	<p><b>5.16. Logística internacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.16.1. Procesos de exportación e importación</li> <li>5.16.2. Aduanas</li> <li>5.16.3. Formas y Medios de Pago Internacionales</li> <li>5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional</li> </ul>
<p><b>5.17. Outsourcing de operaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.17.1. Gestión de operaciones y <i>Outsourcing</i></li> <li>5.17.2. Implantación del outsourcing en entornos logísticos</li> </ul>	<p><b>5.18. Competitividad en operaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.18.1. Gestión de Operaciones</li> <li>5.18.2. Competitividad operacional</li> <li>5.18.3. Estrategia de Operaciones y ventajas competitivas</li> </ul>	<p><b>5.19. Gestión de la calidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.19.1. Cliente interno y cliente externo</li> <li>5.19.2. Los costes de calidad</li> <li>5.19.3. La mejora continua y la filosofía de <i>Deming</i></li> </ul>	

**Módulo 6.** Dirección de sistemas de información

**6.1. Entornos tecnológicos**

- 6.1.1. Tecnología y globalización
- 6.1.2. Entorno económico y tecnología
- 6.1.3. Entorno tecnológico y su impacto en las empresas

**6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa**

- 6.2.1. Evolución del modelo de IT
- 6.2.2. Organización y departamento IT
- 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico

**6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica**

- 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
- 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
- 6.3.3. Estrategia corporativa vs. Estrategia tecnológica y digital

**6.4. Dirección de Sistemas de Información**

- 6.4.1. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
- 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
- 6.4.3. Directivos expertos en sistemas de información: roles y funciones

**6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información**

- 6.5.1. Sistemas de información y estrategia corporativa
- 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información

**6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones**

- 6.6.1. *Business intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC o Cuadro de mando Integral

**6.7. Explorando la información**

- 6.7.1. SQL: bases de datos relacionales. Conceptos básicos
- 6.7.2. Redes y comunicaciones
- 6.7.3. Sistema operacional: modelos de datos normalizados
- 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
- 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes

**6.8. *Business Intelligence* empresarial**

- 6.8.1. El mundo del dato
- 6.8.2. Conceptos relevantes
- 6.8.3. Principales características
- 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
- 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
- 6.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science

**6.9. Nuevo concepto empresarial**

- 6.9.1. ¿Por qué BI?
- 6.9.2. Obtención de la información
- 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
- 6.9.4. Razones para invertir en BI

**6.10. Herramientas y soluciones BI**

- 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
- 6.10.4. Prometeus

**6.11. Planificación y dirección Proyecto BI**

- 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
- 6.11.2. Solución BI para la empresa
- 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos

**6.12. Aplicaciones de gestión corporativa**

- 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
- 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
- 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* o ERP

**6.13. Transformación Digital**

- 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
- 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
- 6.13.3. Transformación digital en las empresas

**6.14. Tecnologías y tendencias**

- 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
- 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes

**6.15. *Outsourcing* de TI**

- 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
- 6.15.2. *Outsourcing* de TI y su impacto en los negocios
- 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de *outsourcing* de TI



**Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa****7.1. Dirección comercial**

- 7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
- 7.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 7.1.3. El rol de los directores comerciales

**7.2. Marketing**

- 7.2.1. Concepto de Marketing
- 7.2.2. Elementos básicos del marketing
- 7.2.3. Actividades de marketing de la empresa

**7.3. Gestión Estratégica del Marketing**

- 7.3.1. Concepto de Marketing estratégico
- 7.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

**7.4. Marketing digital y comercio electrónico**

- 7.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
- 7.4.2. Marketing Digital y medios que emplea Comercio electrónico. Contexto general
- 7.4.3. Categorías del comercio electrónico
- 7.4.4. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional

**7.5. *Managing digital business***

- 7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
- 7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing Digital
- 7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing Digital

**7.6. Marketing digital para reforzar la marca**

- 7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

**7.7. Estrategia de Marketing Digital**

- 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing Digital
- 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing Digital

**7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes**

- 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hipersegmentación

**7.9. Gestión de campañas digitales**

- 7.9.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 7.9.3. Errores de las campañas de publicidad digital

**7.10. Plan de marketing online**

- 7.10.1. ¿Qué es un plan de Marketing Online?
- 7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing Online
- 7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing Online

**7.11. *Blended marketing***

- 7.11.1. ¿Qué es el *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline
- 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de *Blended Marketing*
- 7.11.4. Características de una estrategia de *Blended Marketing*
- 7.11.5. Recomendaciones en *Blended Marketing*
- 7.11.6. Beneficios del *Blended Marketing*

**7.12. Estrategia de ventas**

- 7.12.1. Estrategia de ventas
- 7.12.2. Métodos de ventas

**7.13. Comunicación Corporativa**

- 7.13.1. Concepto
- 7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 7.13.5. Elementos de la comunicación
- 7.13.6. Problemas de la comunicación
- 7.13.7. Escenarios de la comunicación

**7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa**

- 7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RRHH
- 7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
- 7.14.3. El plan de comunicación interna

**7.15. Comunicación y reputación digital**

- 7.15.1. Reputación online
- 7.15.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 7.15.3. Herramientas de reputación online
- 7.15.4. Informe de reputación online
- 7.15.5. Branding online

**Módulo 8.** Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

**8.1. Investigación de Mercados**

- 8.1.1. Investigación de mercados: origen histórico
- 8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados
- 8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados

**8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas**

- 8.2.1. Tamaño muestral
- 8.2.2. Muestreo
- 8.2.3. Tipos de Técnicas Cuantitativas

**8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas**

- 8.3.1. Tipos de Investigación Cualitativa
- 8.3.2. Técnicas de Investigación Cualitativa

**8.4. Segmentación de mercados**

- 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
- 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
- 8.4.3. Segmentación de mercados de consumo
- 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
- 8.4.5. Estrategias de segmentación
- 8.4.6. La segmentación con base a criterios del marketing-mix
- 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado

**8.5. Gestión de proyectos de investigación**

- 8.5.1. La Investigación de Mercados como un proceso
- 8.5.2. Etapas de Planificación en la Investigación de Mercados
- 8.5.3. Etapas de Ejecución en la Investigación de Mercados
- 8.5.4. Gestión de un Proyecto de Investigación

**8.6. La investigación de mercados internacionales**

- 8.6.1. Investigación de Mercados Internacionales
- 8.6.2. Proceso de la Investigación de Mercados Internacionales
- 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las Investigaciones de Mercado Internacionales

**8.7. Los estudios de viabilidad**

- 8.7.1. Concepto y utilidad
- 8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad
- 8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad

**8.8. Publicidad**

- 8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
- 8.8.2. Marco conceptual de la Publicidad; principios, concepto de briefing y posicionamiento
- 8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la publicidad
- 8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios
- 8.8.5. Tendencias y retos de la publicidad

**8.9. Desarrollo del plan de Marketing**

- 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
- 8.9.2. Análisis y Diagnóstico de la Situación
- 8.9.3. Decisiones Estratégicas de Marketing
- 8.9.4. Decisiones Operativas de Marketing

**8.10. Estrategias de promoción y Merchandising**

- 8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada
- 8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria
- 8.10.3. El Merchandising como técnica de Comunicación

**8.11. Planificación de medios**

- 8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios
- 8.11.2. Medios de comunicación
- 8.11.3. Plan de medios

**8.12. Fundamentos de la dirección comercial**

- 8.12.1. La función de la Dirección Comercial
- 8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
- 8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
- 8.12.4. Principales estrategias competitivas

**8.13. Negociación comercial**

- 8.13.1. Negociación comercial
- 8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
- 8.13.3. Principales métodos de negociación
- 8.13.4. El proceso negociador

**8.14. Toma de decisiones en gestión comercial**

- 8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
- 8.14.2. Modelos de toma de decisiones
- 8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
- 8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones

**8.15. Dirección y gestión de la red de ventas**

- 8.15.1. Sales Management. Dirección de ventas
- 8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial
- 8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores
- 8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
- 8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información

**8.16. Implementación de la función comercial**

- 8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
- 8.16.2. Control de la actividad comercial
- 8.16.3. El código deontológico del personal comercial
- 8.16.4. Cumplimiento normativo
- 8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas

### 8.17. Gestión de cuentas clave

- 8.17.1. Concepto de la Gestión de Cuentas Clave
- 8.17.2. El *Key Account Manager*
- 8.17.3. Estrategia de la Gestión de Cuentas Clave

### 8.18. Gestión financiera y presupuestaria

- 8.18.1. El umbral de rentabilidad
- 8.18.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
- 8.18.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
- 8.18.4. Gestión del ciclo, rotaciones, rentabilidad y liquidez
- 8.18.5. Cuenta de resultados

## Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

### 9.1. Innovación

- 9.1.1. Introducción a la innovación
- 9.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
- 9.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial

### 9.2. Estrategia de Innovación

- 9.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
- 9.2.2. Estrategia de innovación

### 9.3. *Project Management* para *Startups*

- 9.3.1. Concepto de *startup*
- 9.3.2. Filosofía *Lean Startup*
- 9.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
- 9.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*

### 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio

- 9.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
- 9.4.2. Diseño validación de modelos de negocio

### 9.5. Dirección y Gestión de Proyectos

- 9.5.1. Dirección y Gestión de proyectos: identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
- 9.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación

### 9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación

- 9.6.1. Concepto de Gestión del Cambio
- 9.6.2. El Proceso de Gestión del Cambio
- 9.6.3. La implementación del cambio

### 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos

- 9.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
- 9.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
- 9.7.3. Tendencias emergentes
- 9.7.4. Adaptaciones al equipo
- 9.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
- 9.7.6. Gestionar las comunicaciones
- 9.7.7. Monitorear las comunicaciones

### 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras

- 9.8.1. Metodologías innovadoras
- 9.8.2. Principios básicos del Scrum
- 9.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del Scrum y las metodologías tradicionales

### 9.9. Creación de una *startup*

- 9.9.1. Creación de una *startup*
- 9.9.2. Organización y cultura
- 9.9.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
- 9.9.4. Aspectos legales

### 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

- 9.10.1. Planificar riesgos
- 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

**Módulo 10. Management Directivo**

**10.1. General Management**

- 10.1.1. Concepto de *General Management*
- 10.1.2. La acción del *Manager General*
- 10.1.3. El Director General y sus funciones
- 10.1.4. Transformación del trabajo de la dirección

**10.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques**

- 10.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

**10.3. Dirección de operaciones**

- 10.3.1. Importancia de la dirección
- 10.3.2. La cadena de valor
- 10.3.3. Gestión de calidad

**10.4. Oratoria y formación de portavoces**

- 10.4.1. Comunicación interpersonal
- 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 10.4.3. Barreras en la comunicación

**10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional**

- 10.5.1. La comunicación interpersonal
- 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 10.5.3. La comunicación en la organización
- 10.5.4. Herramientas en la organización

**10.6. Comunicación en situaciones de crisis**

- 10.6.1. Crisis
- 10.6.2. Fases de la crisis
- 10.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

**10.7. Preparación de un plan de crisis**

- 10.7.1. Análisis de posibles problemas
- 10.7.2. Planificación
- 10.7.3. Adecuación del personal

**10.8. Inteligencia emocional**

- 10.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 10.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 10.8.3. Autoestima y comunicación emocional

**10.9. Branding Personal**

- 10.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 10.9.2. Leyes del branding personal
- 10.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

**10.10. Liderazgo y gestión de equipos**

- 10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 10.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 10.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 10.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

**Módulo 11.** La relación laboral, el empresario y el contrato de trabajo

**11.1. Las fuentes del ordenamiento laboral (I)**

- 11.1.1. Contenido laboral de la Constitución Española de 1978
- 11.1.2. Las normas internacionales y supranacionales
- 11.1.3. Las normas con rango de ley
- 11.1.4. Los reglamentos y demás disposiciones reglamentarias

**11.2. Las fuentes del ordenamiento laboral (II)**

- 11.2.1. El convenio colectivo como fuente específica del Derecho del Trabajo
- 11.2.2. El contrato individual de trabajo
- 11.2.3. La costumbre y los principios generales del derecho
- 11.2.4. La condición más beneficiosa
- 11.2.5. Los criterios de ordenación entre normas laborales concurrentes

**11.3. El concepto de trabajador: notas definitorias y zonas grises**

- 11.3.1. Los presupuestos de laboralidad: prestación persona, voluntariedad, carácter retribuido, ajenidad y dependencia
- 11.3.2. Las relaciones laborales de carácter especial
- 11.3.3. Actividades excluidas de la legislación laboral

**11.4. El empresario laboral (I)**

- 11.4.1. Concepto de empresario en el Derecho del Trabajo
- 11.4.2. La empresa, el centro de trabajo y la unidad productiva
- 11.4.3. Los grupos de empresas a los efectos laborales
- 11.4.4. La externalización de servicios: contratas y subcontratas

**11.5. El empresario laboral (II)**

- 11.5.1. La cesión ilegal de trabajadores
- 11.5.2. La transmisión de la empresa

**11.6. La selección y reclutamiento de trabajadores**

- 11.6.1. El proceso de reclutamiento de trabajadores
- 11.6.2. El proceso de selección de trabajadores
- 11.6.3. La discriminación en el acceso al empleo
- 11.6.4. Las medidas de acción positiva en el acceso al empleo

**11.7. La contratación laboral: límites y elementos esenciales**

- 11.7.1. La capacidad para trabajar
- 11.7.2. Limitaciones para trabajar de los menores de edad
- 11.7.3. La forma del contrato de trabajo
- 11.7.4. La ineficacia del contrato de trabajo
- 11.7.5. La copia básica del contrato de trabajo
- 11.7.6. La protección de datos de carácter personal

**11.8. Los pactos accesorios al contrato de trabajo**

- 11.8.1. El pacto de plena dedición o exclusividad en la prestación laboral
- 11.8.2. El pacto de permanencia en la empresa
- 11.8.3. La prohibición de competencia postcontractual

**11.9. El régimen jurídico del periodo de prueba**

- 11.9.1. El pacto del periodo de prueba y su duración
- 11.9.2. Libre desistimiento durante el periodo de prueba
- 11.9.3. El desistimiento durante el periodo de prueba de la trabajadora embarazada

**11.10. Los derechos de los trabajadores sobre sus creaciones intelectuales**

**11.11. Los derechos de explotación de las creaciones de los trabajadores: requisitos y alcance**

- 11.11.1. Los derechos de explotación de las creaciones informáticas
- 11.11.2. Los derechos morales

**Módulo 12.** Las modalidades de la contratación laboral y el poder de dirección del empresario

**12.1. La contratación indefinida**

- 12.1.1. El contrato indefinido ordinario
- 12.1.2. El fomento de la contratación indefinida
- 12.1.3. El contrato fijo discontinuo y fijo periódico

**12.2. La contratación temporal (I)**

- 12.2.1. El contrato de obra o servicio determinado
- 12.2.2. El contrato eventual por circunstancias de la producción
- 12.2.3. El contrato de interinidad

**12.3. La contratación temporal (II)**

- 12.3.1. El contrato para la formación y el aprendizaje
- 12.3.2. El contrato en prácticas

**12.4. La contratación temporal (III)**

- 12.4.1. Disposiciones comunes a la contratación temporal
- 12.4.2. Otras modalidades de contratación temporal
- 12.4.3. Las empresas de trabajo temporal (ETT)

**12.5. El contrato a tiempo parcial y sus variedades**

- 12.5.1. El contrato a tiempo parcial común
- 12.5.2. Aspectos comandos al contrato a tiempo parcial
- 12.5.3. La bolsa de horas complementarias
- 12.5.4. La jubilación parcial y el contrato de relevo

**12.6. El trabajo a distancia y el “teletrabajo”**

- 12.6.1. La voluntariedad del trabajo a distancia
- 12.6.2. Los requisitos que debe de contener el contrato
- 12.6.3. La jornada y la desconexión digital
- 12.6.4. El control de la actividad laboral

**12.7. El derecho a la ocupación efectiva y los derechos fundamentales de los trabajadores**

- 12.7.1. El derecho a la ocupación efectiva
- 12.7.2. Los derechos fundamentales específicos de la relación laboral
- 12.7.3. Los derechos fundamentales inespecíficos de la relación laboral
- 12.7.4. La reparación del daño: los daños morales

**12.8. Los deberes del trabajador**

- 12.8.1. El deber de no concurrir con la actividad de la empresa
- 12.8.2. El deber de diligencia y de buena fe
- 12.8.3. El deber de observar las medidas de seguridad y salud
- 12.8.4. El deber de cumplir las órdenes e instrucciones del empleador

**12.9. El poder de dirección y nuevos mecanismos de control tecnológico**

- 12.9.1. El poder de dirección del empresario
  - 12.9.1.1. El control de las taquillas y enseres personales
- 12.9.2. El poder de dirección y nuevos mecanismos de vigilancia y control
  - 12.9.2.1. El control informático de las herramientas tecnológicas
  - 12.9.2.2. El control a través de sistemas de geolocalización o GPS
  - 12.9.2.3. El control a través de sistemas de vídeo-vigilancia

**12.10. La determinación de la prestación laboral y movilidad funcional**

- 12.10.1. Determinación de la prestación de trabajo: aspectos generales
- 12.10.2. El sistema de clasificación profesional: los grupos profesionales
- 12.10.3. La movilidad funcional y el ius variandi empresarial
  - 12.10.3.1. Requisitos generales: titulación y respeto a la dignidad del trabajador
  - 12.10.3.2. La movilidad funcional dentro del grupo profesional: horizontal
  - 12.10.3.3. La movilidad funcional fuera del grupo profesional: vertical

**Módulo 13.** Vicisitudes de la relación laboral: jornada, descansos, modificación de condiciones e interrupción de la prestación laboral**13.1. Tiempo de trabajo: la jornada laboral**

- 13.1.1. La jornada laboral ordinaria
  - 13.1.1.2. Duración de la jornada
  - 13.1.1.3. Distribución de la jornada
- 13.1.2. Jornadas especiales por razón de la actividad
- 13.1.3. Jornadas especiales por razones personales
- 13.1.4. Obligación de registro
- 13.1.5. Las horas extraordinarias
  - 13.1.5.1. Concepto y clasificación
  - 13.1.5.2. Naturaleza
  - 13.1.5.3. Compensación por su realización
  - 13.1.5.4. Prohibiciones
  - 13.1.5.5. Registro
- 13.1.6. Horario de trabajo
- 13.1.7. El horario
- 13.1.8. Trabajo nocturno y trabajador nocturno
- 13.1.9. Trabajo a turnos

**13.2. Adaptación de la jornada y derechos de conciliación**

- 13.2.1. Disminución de la jornada por cuidado del lactante
- 13.2.2. Ausencia o reducción de la jornada por nacimiento de hijos prematuros u hospitalización del nacido
- 13.2.3. Reducción de la jornada por razones de guarda legal de menores, familiares o disminuidos.
- 13.2.4. Reducción de jornada o adaptación en caso de menor afectado por cáncer o por cualquier otra enfermedad grave
- 13.2.5. Disminución de jornada por violencia de género o terrorismo
- 13.2.6. Disminución de la jornada para recibir formación en PRL

**13.3. El régimen de descansos y vacaciones anuales**

- 13.3.1. El calendario laboral
- 13.3.2. El régimen de descansos
  - 13.3.2.1. Descanso durante la jornada
  - 13.3.2.2. Descanso entre jornadas
  - 13.3.2.3. Descanso semanal
- 13.3.3. Fiestas laborales
- 13.3.4. Vacaciones
- 13.3.5. Nacimiento, duración y devengo
- 13.3.6. Proporcionalidad y períodos computables
- 13.3.7. Coincidencia de las vacaciones con situaciones de baja
- 13.3.8. Tiempo de disfrute de las vacaciones
- 13.3.9. Carácter retribuido y la posibilidad de sustitución

**13.4. La prestación salarial**

- 13.4.1. Concepto y función del salario
- 13.4.2. Salario en metálico y en especie
- 13.4.3. Las percepciones extrasalariales
- 13.4.4. Sistemas salariales: procedimientos para su determinación
- 13.4.5. Estructura del salario
  - 13.4.5.1. Salario base
  - 13.4.5.2. Complementos salariales
  - 13.4.5.3. Consolidación de los complementos salariales
- 13.4.6. Las pagas extraordinarias
- 13.4.7. La determinación del salario
  - 13.4.7.1. El Salario Mínimo Interprofesional
  - 13.4.7.2. El salario profesional
  - 13.4.7.3. El salario contractual
- 13.4.8. El mecanismo de absorción y compensación salarial
- 13.4.9. El pago del salario
- 13.4.10. La protección del salario
  - 13.4.10.1. La inembargabilidad salarial
  - 13.4.10.2. El salario como crédito privilegiado
- 13.4.11. El Fondo de Garantía Salarial

**13.5. La movilidad geográfica de los trabajadores**

- 13.5.1. Concepto y características
- 13.5.2. El régimen jurídico de los traslados
  - 13.5.2.1. Concepto
  - 13.5.2.2. Elemento causal
  - 13.5.2.3. Tipos de traslados
  - 13.5.2.4. Procedimiento
- 13.5.3. El régimen jurídico de los desplazamientos
  - 13.5.3.1. Concepto
  - 13.5.3.2. Elemento causal
  - 13.5.3.3. Procedimiento
  - 13.5.3.4. Efectos

**13.6. La modificación sustancial de las condiciones de trabajo**

- 13.6.1. Alcance del artículo 41 ET y supuestos excluidos
- 13.6.2. Elemento causal
- 13.6.3. Condiciones de trabajo susceptibles de modificación
- 13.6.4. Concepto de modificación sustancial
- 13.6.5. Tipo de modificación sustancial: individual o colectiva
- 13.6.6. Procedimiento
  - 13.6.6.1. La modificación individual
  - 13.6.6.2. La modificación colectiva
- 13.6.7. La modificación sustancial de condiciones de trabajo previstas en convenio colectivo estatutario: artículo 82.3.ET

**13.7. Modificaciones de las condiciones de trabajo por voluntad del trabajador**

- 13.7.1. Ascensos
  - 13.7.1.1. Concepto
  - 13.7.1.2. Régimen jurídico
- 13.7.2. Reagrupamiento familiar
- 13.7.3. Finalidad
- 13.7.4. Régimen jurídico
- 13.7.5. Causas objetivas
- 13.7.6. Protección de las trabajadoras víctimas de violencia de género y del terrorismo
- 13.7.7. Protección de las personas con discapacidad
- 13.7.8. Protección de la integridad física del trabajador

**13.8. La interrupción de la prestación laboral: los permisos retribuidos**

- 13.8.1. Concepto y características
- 13.8.2. Tipología de permisos
- 13.8.3. Otras interrupciones de la prestación laboral por causas no imputables al trabajador
- 13.8.4. Efectos y disfrute

### 13.9. Suspensión del contrato de trabajo por causas empresariales o por fuerza mayor

- 13.9.1. Concepto y características
- 13.9.2. Causas de suspensión
  - 13.9.2.1. Suspensión contractual por voluntad de las partes
  - 13.9.2.2. Suspensión por incapacidad temporal
  - 13.9.2.3. Suspensión por motivos familiares
  - 13.9.2.4. Suspensión por voluntad del trabajador
  - 13.9.2.5. Trabajadora víctima de violencia de género
  - 13.9.2.6. Ejercicio del derecho de huelga
  - 13.9.2.7. Suspensión por voluntad de la empresa
  - 13.9.2.8. Por motivos disciplinarios
  - 13.9.2.9. Por cierre legal de la empresa
- 13.9.3. La suspensión y reducción de jornada por causas empresariales
- 13.9.4. La suspensión y reducción de jornada por fuerza mayor

### 13.10. El régimen jurídico de las excedencias laborales

- 13.10.1. Concepto y tipología
- 13.10.2. La excedencia forzosa
  - 13.10.2.1. Designación o elección para cargo público
  - 13.10.2.2. Cargos sindicales
  - 13.10.2.3. Efectos
- 13.10.3. La excedencia por cuidado de hijos y familiares
  - 13.10.3.1. Supuestos
  - 13.10.3.2. Efectos
- 13.10.4. La excedencia voluntaria
  - 13.10.4.1. Requisitos
  - 13.10.4.2. Efectos

## Módulo 14. La extinción de la relación laboral

### 14.1. La extinción del contrato de trabajo por voluntad conjunta de las partes

- 14.1.1. Extinción del contrato por mutuo acuerdo de las partes
  - 14.1.1.1. Concepto
  - 14.1.1.2. Requisitos
  - 14.1.1.3. Efectos
- 14.1.2. Extinción contractual por causas válidamente consignadas en el contrato: concepto y requisitos
- 14.1.3. Extinción del contrato por expiración del tiempo convenido o realización de la obra o servicio objeto del contrato

### 14.2. Extinción del contrato de trabajo por otras causas relacionadas con las partes del contrato

- 14.2.1. Muerte, jubilación, incapacidad o extinción de la personalidad jurídica del empresario
- 14.2.2. Muerte, jubilación o incapacidad del trabajador

### 14.3. El libre desistimiento o abandono del trabajador

- 14.3.1. Concepto de dimisión y abandono
- 14.3.2. La dimisión con preaviso
- 14.3.3. La dimisión preaviso
- 14.3.4. Aspectos formales y efectos
- 14.3.5. La dimisión del personal de alta dirección

### 14.4. La extinción del contrato de trabajo por voluntad del trabajador a causa de un incumplimiento empresarial

- 14.4.1. Resolución del contrato por incumplimiento empresarial: causas
  - 14.4.1.1. Modificaciones sustanciales que redunden en menoscabo de la dignidad del trabajador
  - 14.4.1.2. Falta de pago o retrasos continuados
  - 14.4.1.3. Otros incumplimientos empresariales grave
- 14.4.2. Procedimiento
- 14.4.3. Efectos



**14.5. El despido disciplinario**

- 14.5.1 Concepto y características
- 14.5.2 Causas
  - 14.5.2.1 Faltas repetidas de asistencia o puntualidad
  - 14.5.2.2 Indisciplina o desobediencia en el trabajo
  - 14.5.2.3 Ofensas verbales o físicas
  - 14.5.2.4 Transgresión de la buena fe contractual y abuso de confianza en el desempeño del trabajo
  - 14.5.2.5 Disminución continuada y voluntaria del rendimiento
  - 14.5.2.6 Embriaguez habitual o toxicomanía
  - 14.5.2.7 Acoso discriminatorio al empresario o a las personas que trabajan en la empresa
- 14.5.3. La forma y el procedimiento
  - 14.5.3.1. La carta de despido
  - 14.5.3.2. La fecha de efectos
  - 14.5.3.3 La comunicación del despido al trabajador
- 14.5.4. El procedimiento de despido disciplinario en el caso de los representantes legales de los trabajadores

**14.6. La extinción del contrato de trabajo por causas objetivas: el despido objetivo**

- 14.6.1. Concepto y régimen jurídico
- 14.6.2. Causas
  - 14.6.2.1 Ineptitud del trabajador
  - 14.6.2.2 Falta de adaptación a los cambios técnicos en el puesto de trabajo
  - 14.6.2.3 Causas económicas, técnicas, organizativas y productivas
  - 14.6.2.4 Insuficiencia de consignación presupuestaria
- 14.6.3. Requisitos formales y procedimentales
  - 14.6.3.1. La puesta a disposición de la indemnización
  - 14.6.3.2. La carta de despido
  - 14.6.3.3. El periodo de preaviso y la licencia de horas para encontrar empleo
- 14.6.4. La prioridad de permanencia

**14.7. El despido colectivo**

- 14.7.1 Concepto y características
- 14.7.2. Causas
  - 14.7.2.1. Causas económicas
  - 14.7.2.2. Causas organizativas
  - 14.7.2.3. Causas técnicas
  - 14.7.2.4. Causas productivas
- 14.7.3. Ámbito de afectación de las causas: los umbrales
- 14.7.4. El procedimiento
  - 14.7.4.1. Fase colectiva del despido colectivo: periodo de consultas y proceso de negociación
  - 14.7.4.2. Fase individual del despido colectivo
- 14.7.5. Breve referencia al despido colectivo en empresas concursadas

**14.8. El despido por fuerza mayor**

- 14.8.1. Concepto de fuerza mayor
- 14.8.2. Procedimiento
- 14.8.3. Efectos

**14.9. La extinción del contrato del personal laboral de las administraciones públicas**

- 14.9.1. La extinción por finalización de contrato
- 14.9.2. El despido disciplinario del personal laboral de las administraciones públicas
- 14.9.3. El despido por causas objetivas
- 14.9.4. El despido colectivo

**14.10. La extinción del contrato del personal laboral de alta dirección**

- 14.10.1. El desistimiento por parte del directivo
- 14.10.2. El despido *ad nutum* o sin causa
- 14.10.3. El despido por causas disciplinarias
- 14.10.4. Las cláusulas blindaje o indemnización en favor del directivo
- 14.10.5. La extinción dentro del proceso concursal

**Módulo 15.** La libertad sindical y modelo de representación en la empresa

**15.1. El derecho sindical y su reconocimiento constitucional**

- 15.1.1. El modelo internacional: la doctrina de la O.I.T. como estándar mundial para la regulación jurídica del fenómeno sindical
- 15.1.2. El reconocimiento jurídico de los sindicatos en el ordenamiento jurídico español.
  - 15.1.2.1. Los antecedentes: a. Orígenes y consolidación del asociacionismo obrero en España.
  - 15.1.2.2. El reconocimiento constitucional de la Libertad Sindical
  - 15.1.2.3. Contenido esencial
  - 15.1.2.4. Contenido adicional

**15.2. La regulación legal: la Ley Orgánica de Libertad Sindical (LOLS)**

- 15.2.1. El derecho de fundación o de creación de sindicatos
- 15.2.2. La titularidad del derecho: criterios de inclusión, exclusión y limitaciones
- 15.2.3. El procedimiento fundacional de sindicatos: Estatutos. Registro. Publicidad.
- 15.2.4. El derecho individual de afiliación (Libertad sindical subjetiva)
- 15.2.5. Libertad positiva y negativa
- 15.2.6. Las cláusulas de seguridad o "presión" sindical
- 15.2.7. Descuento empresarial de la cuota sindical en la nómina. Cuota empresarial por gastos de convenio
- 15.2.8. Cuota o canon de negociación colectiva

**15.3. La mayor representatividad sindical**

- 15.3.1. Audiencia electoral
- 15.3.2. La irradiación

**15.4. La tutela de la libertad sindical**

- 15.4.1. La impugnación de los estatutos sindicales
- 15.4.2. El proceso especial para la protección de los derechos sindicales
- 15.4.3. La tutela judicial constitucional
- 15.4.4. La tutela administrativa de la libertad sindical
- 15.4.5. La tutela internacional de la libertad sindical

**15.5. La representación de intereses colectivos y la concertación social**

- 15.5.1. Sujetos legitimados
- 15.5.2. Funciones de la participación institucional
- 15.5.3. Diálogo social
- 15.5.4. Participación en órganos tripartitos

**15.6. Libertad sindical y negociación colectiva**

- 15.6.1. Estructura de la negociación colectiva
- 15.6.2. La negociación colectiva estatutaria
- 15.6.3. La negociación colectiva extraestatutaria y otros tipos de negociación
- 15.6.4. Los acuerdos marco.
- 15.6.5. Los mecanismos de flexibilidad interna negociada y los acuerdos colectivos de empresa

**15.7. Organización y acción sindical en la empresa y en las AAPP**

- 15.7.1. Secciones sindicales de empresa y delegados sindicales:
- 15.7.2. Régimen jurídico: Ámbito y tipos legales.
- 15.7.3. Funciones y competencias
- 15.7.4. Garantías de los representantes sindicales en la empresa.
- 15.7.5. La representación sindical en la Función Pública

**15.8. Representación electiva de los trabajadores en la empresa**

- 15.8.1. Representación Unitaria
- 15.8.2. Comité de empresa
- 15.8.3. Delegados de personal
- 15.8.4. Comité intercentros
- 15.8.5. Procedimiento elección representantes de los trabajadores

**15.9. Atribuciones y competencias de la representación institucionalizada**

- 15.9.1. Garantías de los representantes de los trabajadores
- 15.9.2. Responsabilidad de los representantes de los trabajadores: el deber de sigilo

**15.10. Otras representaciones legales**

- 15.10.1. Comisiones *ad hoc*
- 15.10.2. Delegados de prevención y comité de seguridad y salud
- 15.10.3. Representaciones en comités de empresa europeo

**Módulo 16.** Convenios y acuerdos de empresa y medidas de conflicto colectivo**16.1. El convenio colectivo estatutario**

- 16.1.1. Concepto y naturaleza del convenio colectivo
- 16.1.2. Clases de convenios colectivos
- 16.1.3. Ámbito de aplicación de los convenios colectivos

**16.2. El convenio colectivo estatutario y el proceso de negociación**

- 16.2.1. Partes del convenio colectivo, legitimación negociadora y sujetos obligados
- 16.2.2. Procedimiento de elaboración del convenio colectivo
- 16.2.3. Contenido y límites del convenio colectivo

**16.3. El convenio colectivo estatutario y su aplicación temporal**

- 16.3.1. Duración del convenio colectivo.
- 16.3.2. La ultraactividad
- 16.3.3. La inaplicación del convenio colectivo

**16.4. Las relaciones entre convenios**

- 16.4.1. La concurrencia de convenios colectivos
- 16.4.2. Adhesión y extensión de los convenios colectivos

**16.5. Acuerdos de empresa**

- 16.5.1. Clases de acuerdos de empresa
- 16.5.2. Acuerdos de empresa subsidiarios
- 16.5.3. Acuerdos de empresa modificativos
- 16.5.4. Acuerdos de empresa de reorganización productiva
- 16.5.5. Acuerdos o pactos informales de empresa
- 16.5.6. Procedimiento acuerdos de empresa

**16.6. Procedimientos autónomos de solución de conflictos**

- 16.6.1. La mediación
- 16.6.2. La conciliación
- 16.6.3. El arbitraje

**16.7. La modalidad procesal de conflicto colectivo o acuerdos marco globales y negociación colectiva comunitaria**

- 16.7.1. Legitimados para interponer la acción
- 16.7.2. Vicisitudes de esta modalidad especial
- 16.7.3. Efectos de la sentencia

**16.8. El derecho de huelga: titularidad y tipología**

- 16.8.1. La titularidad del derecho de huelga
- 16.8.2. La huelga de los Funcionarios Públicos
- 16.8.3. Modalidades de huelga

**16.9. El procedimiento de realización de la huelga**

- 16.9.1. Convocatoria de huelga
- 16.9.2. Administración de la huelga: comité de huelga
- 16.9.3. La terminación de la huelga

**16.10. Efectos de la huelga y límites a su ejercicio**

- 16.10.1. Efectos de la huelga
- 16.10.2. Servicios de seguridad y mantenimiento
- 16.10.3. Servicios mínimos

**Módulo 17. El derecho de la Seguridad Social**

**17.1. La protección frente al riesgo**

- 17.1.1. Los riesgos sociales
- 17.1.2. Las técnicas de protección frente al riesgo y su evolución
- 17.1.3. La Seguridad Social como ejemplo paradigmático de la actividad prestacional del Estado de bienestar
- 17.1.4. La configuración constitucional del sistema de Seguridad Social

**17.2. Estructura y composición del sistema**

- 17.2.1. Los dos niveles de protección
- 17.2.2. La división por regímenes
- 17.2.3. El campo de aplicación del Régimen General
- 17.2.4. El campo de aplicación del RETA
- 17.2.5. Las consecuencias de un encuadramiento incorrecto
- 17.2.6. Los efectos de un doble encuadramiento

**17.3. La relación jurídica con la Seguridad Social**

- 17.3.1. La inscripción del empresario
- 17.1.3. La afiliación
- 17.3.4. El alta
- 17.3.5. La baja
- 17.3.6. Las consecuencias administrativas y penales de un alta extemporánea o de la falta de alta
- 17.3.7. El convenio especial con la Seguridad Social

**17.4. La financiación del Sistema de Seguridad Social**

- 17.4.1. Los diferentes sistemas de financiación
- 17.4.2. Las fuentes de financiación del sistema español
- 17.4.3. La obligación de cotizar
- 17.4.4. Las consecuencias administrativas y penales de incumplir la obligación de cotizar
- 17.4.5. La liquidación de cuotas
- 17.4.6. La recaudación de la Seguridad Social

**17.5. Las reglas generales de la acción protectora**

- 17.5.1. Los riesgos causantes (el accidente de trabajo y la enfermedad profesional)
- 17.5.2. El tratamiento privilegiado de los riesgos profesionales
- 17.5.3. Tipos de prestaciones de Seguridad Social
- 17.5.4. Requisitos generales de acceso a la acción protectora (el requisito de alta y el requisito de carencia)

**17.6. La cuantía de las prestaciones**

- 17.6.1. La dinámica de las prestaciones (reconocimiento, pago y extinción)
- 17.6.2. La responsabilidad en orden a las prestaciones
- 17.6.3. Las garantías de las prestaciones

**17.7. La protección de la incapacidad**

- 17.7.1. Los efectos de la incapacidad en el trabajo
- 17.7.2. El subsidio por incapacidad temporal
- 17.7.3. La indemnización por lesiones permanentes no invalidantes
- 17.7.4. Incapacidad permanente
- 17.7.5. La pensión por incapacidad permanente

**17.8. Las prestaciones vinculadas al nacimiento o a la adopción de un hijo**

- 17.8.1. El subsidio por riesgo durante el embarazo o durante la lactancia natural
- 17.8.2. El subsidio por corresponsabilidad en el cuidado del lactante
- 17.8.3. Las prestaciones por nacimiento y cuidado
- 17.8.4. El subsidio por cuidado de menores gravemente enfermos

**17.9. La pensión de jubilación**

- 17.9.1. Jubilación ordinaria
- 17.9.2. Jubilación anticipada
- 17.9.3. Jubilación tardía
- 17.9.4. Supuestos de compatibilidad entre el trabajo y la pensión (jubilación parcial, jubilación activa y jubilación flexible)

**17.10. La protección frente a la pérdida del trabajo**

- 17.10.1. La prestación contributiva por desempleo
- 17.10.2. El subsidio por desempleo
- 17.10.3. La prestación por cese de actividad de los profesionales autónomos

**Módulo 18.** La Prevención de Riesgos Laborales: obligaciones y responsabilidades**18.1. La obligación de prevención**

- 18.1.1. Contenido general, alcance y límites
- 18.1.2. Obligaciones instrumentales
- 18.1.3. Evaluación y planificación de la actividad preventiva
- 18.1.4. Obligaciones de formación e información
- 18.1.5. Obligación de facilitar los equipos de trabajo y medios de protección.
- 18.1.6. Obligación de documentación
- 18.1.7. Obligaciones de registro y notificación de los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales
- 18.1.8. Riesgo grave e inminente

**18.2. La obligación específica de vigilancia de la salud**

- 18.2.1. Sujetos encargados. Momento en que se ha de materializar
- 18.2.2. El principio de voluntariedad y sus excepciones
- 18.2.3. Los resultados de la vigilancia de la salud: acceso y confidencialidad de las informaciones

**18.3. La obligación específica de coordinación de actividades empresariales**

- 18.3.1. Las obligaciones en los supuestos de concurrencia de actividades
- 18.3.2. Las contratas y subcontratas
- 18.3.3. La especial regulación del sector de la construcción

**18.4. La obligación de protección de determinados colectivos de profesionales**

- 18.4.1. Trabajadores especialmente sensibles, mujeres embarazadas y en periodo de lactancia, trabajadores temporales y de ETT
- 18.4.2. La prevención de riesgos del trabajo autónomo

**18.5. La obligación de prevención de los riesgos psicosociales**

- 18.5.1. Tipos de riesgos psicosociales
- 18.5.2. Medidas preventivas
- 18.5.3. La desconexión digital como fórmula de protección de la salud del trabajador

**18.6. El acoso en el trabajo como riesgo laboral**

- 18.6.1. El acoso laboral o *mobbing*
- 18.6.2. El acoso sexual y el acoso por razón de sexo
- 18.6.3. Diferencias con el conflicto laboral
- 18.6.4. Obligación de prevención y medidas preventivas

**18.7. La responsabilidad administrativa en materia de prevención de riesgos laborales**

- 18.7.1. Principios de la potestad sancionadora de la administración
- 18.7.2. Sujetos responsables
- 18.7.3. Las infracciones y sanciones en materia de prevención de riesgos laborales
- 18.7.4. El procedimiento administrativo sancionador
- 18.7.5. El acta de infracción como presupuesto del inicio del procedimiento sancionador

**18.8. La responsabilidad penal en materia de prevención de riesgos laborales**

- 18.8.1. Delitos específicos y genéricos en materia de prevención de riesgos laborales
- 18.8.2. Las situaciones de concursos de delitos
- 18.8.3. La compatibilidad de la responsabilidad penal con otras responsabilidades
- 18.8.4. Ámbito subjetivo de la responsabilidad penal
- 18.8.5. La persona jurídica como sujeto responsable penalmente
- 18.8.6. La responsabilidad penal de administradores, directivos y trabajadores

**18.9. La responsabilidad civil**

- 18.9.1. Naturaleza de la responsabilidad civil derivada de accidente de trabajo y/o enfermedad profesional
- 18.9.2. La responsabilidad del empresario por actos de sus empleados
- 18.9.3. La responsabilidad en materia de coordinación de actividades: la descentralización productiva y responsabilidad de contratas y subcontratas
- 18.9.4. Responsabilidad de los grupos de empresas
- 18.9.5. Las responsabilidades de fabricantes y suministradores

**18.10. Responsabilidades de Seguridad Social**

- 18.10.1. El recargo de prestaciones y su compatibilidad
- 18.10.2. Concepto y naturaleza
- 18.10.3. Sujetos responsables

**Módulo 19.** El proceso laboral: tutela declarativa (parte general y modalidades procesales)

**19.1. El orden jurisdiccional social: Órganos y competencias**

- 19.1.1. Fuentes reguladoras del orden jurisdiccional social
- 19.1.2. La competencia del orden jurisdiccional social
- 19.1.3. Solución extrajudicial
- 19.1.4. Los diferentes órganos del orden jurisdiccional social, competencia funcional y territorial

**19.2. Las partes procesales**

- 19.2.1. Concepto, capacidad, legitimación
- 19.2.2. Procesos con pluralidad de partes
- 19.2.3. Intervención del Fondo de Garantía Salarial

**19.3. Evitación del proceso**

- 19.3.1. Los actos previos al proceso
- 19.3.2. La conciliación
- 19.3.3. La reclamación previa

**19.4. Inicio del proceso declarativo**

- 19.4.1. Los actos preparatorios y la anticipación de la prueba
- 19.4.2. Las medidas cautelares y el embargo preventivo
- 19.4.3. La demanda: presentación, admisión a trámite y subsanación de la demanda
- 19.4.4. Acumulación de acciones y procesos
- 19.4.5. Procedimiento monitorio

**19.5. El juicio oral**

- 19.5.1. Concepto del juicio oral y actuaciones anteriores al juicio oral
- 19.5.2. Conciliación judicial
- 19.5.3. Alegaciones de las partes
- 19.5.4. Proposición y práctica de la prueba
- 19.5.5. Conclusiones

**19.6. Impugnación del despido**

- 19.6.1. Caducidad de la acción
- 19.6.2. Los requisitos de la demanda
- 19.6.3. La sentencia y la calificación del despido
- 19.6.4. Los efectos de la declaración del despido procedente
- 19.6.5. Los efectos de la declaración del despido improcedente
- 19.6.6. Los efectos de la declaración del despido nulo

**19.7. Impugnación de sanciones disciplinarias**

- 19.7.1. La nulidad de la sanción
- 19.7.2. Confirmación de la sanción
- 19.7.3. La revocación total de la sanción
- 19.7.4. La revocación parcial de la sanción
- 19.7.5. La irrecurribilidad de la sentencia y sus excepciones

**19.8. Extinción del contrato por causas objetivas**

- 19.8.1. El proceso por extinción por causas objetivas
- 19.8.2. Los despidos colectivos por causas económicas, organizativas, técnicas o de producción

**19.9. Modalidades procesales vinculadas al desarrollo del contrato de trabajo**

- 19.9.1. El proceso de vacaciones
- 19.9.2. El procedimiento de clasificación profesional
- 19.9.3. El procedimiento en materia de modalidad geográfica, modificación sustancial de condiciones de trabajo, y de reducción de jornada por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción
- 19.9.4. El proceso en materia de permisos por lactancia y reducción de jornada por motivos familiares

**19.10. Procesos de Seguridad Social**

- 19.10.1. Sujetos legitimados
- 19.10.2. Reclamación previa y agotamiento de la vía previa
- 19.10.3. Demanda
- 19.10.4. Efectos de la sentencia

**Módulo 20.** El proceso laboral: los medios de impugnación y la tutela ejecutiva**20.1. Los medios de impugnación**

20.1.1. Consideraciones generales

**20.2. Recurso de reposición**

20.2.1. Resoluciones recurribles  
20.2.2. Procedimiento  
20.2.3. Efectos de la desestimación y estimación del recurso de reposición

**20.3. Recurso de queja**

20.3.1. Resoluciones recurribles  
20.3.2. Procedimiento  
20.3.3. Efectos de la desestimación y estimación del recurso de queja

**20.4. El recurso de suplicación**

20.4.1. Consideraciones generales  
20.4.2. Resoluciones recurribles  
20.4.3. Procedimiento  
20.4.4. Efectos de la desestimación y estimación del recurso de suplicación

**20.5. El recurso de casación**

20.5.1. Consideraciones generales  
20.5.2. Resoluciones recurribles  
20.5.3. Tramitación del recurso ante la Sala de lo Social del Tribunal Supremo  
20.5.4. Efectos de la desestimación y estimación del recurso de casación

**20.6. El recurso para la unificación de doctrina**

20.6.1. Consideraciones generales  
20.6.2. Resoluciones recurribles  
20.6.3. Requisitos sustantivos de la contradicción  
20.6.4. Tramitación del recurso

**20.7. Consideraciones generales de la ejecución laboral**

20.7.1. Títulos ejecutivos  
20.7.2. El órgano judicial competente  
20.7.3. La legitimación en el proceso de ejecución  
20.7.4. Procedimiento de ejecución

**20.8. Las ejecuciones ordinarias**

20.8.1. Consideraciones generales  
20.8.2. El embargo de bienes: concepto, fases e incidencias en el embargo  
20.8.3. El procedimiento para la ejecución forzosa de los bienes embargados  
20.8.4. El pago a los acreedores  
20.8.5. La insolvencia empresarial

**20.9. Las ejecuciones especiales**

20.9.1. La ejecución de sentencias de despido  
20.9.2. La ejecución de sentencias frente a entes públicos  
20.9.3. Las ejecuciones colectivas

**20.10. La ejecución provisional**

20.10.1. Consideraciones generales  
20.10.2. Ejecución provisional de sentencias condenatorias al pago de cantidad  
20.10.3. Ejecuciones provisionales de sentencias condenatorias en materia de Seguridad Social  
20.10.4. Ejecuciones provisionales de sentencias condenatorias en materia de despido

**Módulo 21.** Constitución, transmisión y deberes formales de la empresa

**21.1. Constitución de la empresa: obligaciones tributarias**

- 21.1.1. La declaración censal
- 21.1.2. El impuesto sobre operaciones societarias. Gravamen de los actos jurídicos documentados
- 21.1.3. El Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

**21.2. Declaraciones tributarias periódicas y no periódicas**

**21.3. Responsabilidad de los consejeros y administradores**

**21.4. Retenciones que debe realizar la empresa**

**21.5. Tributación de la transmisión de la empresa**

- 21.5.1. Por acto inter vivos
- 21.5.2. Por acto *mortis causa*
- 21.5.3. Los efectos de la subrogación y sucesión de empresas
- 21.5.4. Responsabilidad del adquirente de empresa y del subcontratista

**21.6. La colaboración con la administración tributaria**

- 21.6.1. La empresa como colaboradora
- 21.6.2. Las obligaciones de información por suministro y mediante requerimiento
- 21.6.3. La comprobación del cumplimiento de deberes formales

**21.7. Administración tributaria electrónica**

- 21.7.1. Obligados a relacionarse electrónicamente con las administraciones
- 21.7.2. Sistemas de identificación y firma electrónica
  - 21.7.2.1. Certificado electrónico
  - 21.7.2.2. DNI electrónico (DNle)
  - 21.7.2.3. Sistema CL@VE PIN

**21.8. Notificaciones electrónicas**

- 21.8.1. Notificaciones electrónicas de suscripción voluntaria
- 21.8.2. Notificaciones electrónicas obligatorias - NEO

**21.9. Nuevas tecnologías en la relación con la AEAT**

- 21.9.1. Soluciones informáticas web
- 21.9.2. Aplicaciones informáticas para dispositivos móviles

**21.10. La factura electrónica**



**Módulo 22.** La aplicación de los tributos, el régimen sancionador tributario y la revisión en materia tributaria

22.1. Normas comunes de la aplicación de los tributos	22.2. La gestión tributaria (I)	22.3. La gestión tributaria (II)	22.4. La inspección de los tributos (I)
22.5. La inspección de los tributos (II)	22.6. La recaudación de los tributos (I)	22.7. La recaudación de los tributos (II)	22.8. Infracciones y sanciones tributarias (I)
22.9. Infracciones y sanciones tributarias (II)	22.10. Procedimientos de revisión en materia tributaria		

**Módulo 23.** El impuesto sobre sociedades: régimen general (I)

23.1. Caracteres generales del impuesto 23.1.1. Marco normativo 23.1.2. Hecho imponible 23.1.3. Contribuyente 23.1.3.1. Contribuyentes sujetos y exentos 23.1.3.2. Comunidades de bienes y sociedades civiles 23.1.3.3. Entidades de mera tenencia de bienes 23.1.4. Domicilio fiscal 23.1.5. Período impositivo y de declaración	23.2. Ajustes en la base imponible: gastos deducibles 23.2.1. Requisitos para la deducibilidad de los gastos 23.2.2. Gastos no deducibles	23.3. Gastos financieros	23.4. Imputación temporal de ingresos y gastos
23.5. Amortizaciones	23.6. Normas de valoración y operaciones vinculadas	23.7. Provisiones para riesgos y gastos	23.8. Pérdidas por deterioro y régimen de los activos por impuesto diferido
23.9. Exenciones por doble imposición	23.10. <i>Patent box</i>	23.11. Reserva de capitalización	

**Módulo 24.** El impuesto sobre sociedades: régimen general (II)

24.1. La compensación de bases imponibles	24.2. Tipos de gravamen y cuota íntegra	24.3. Bonificaciones	24.4. Deducciones por doble imposición
24.5. Deducción por investigación y desarrollo e innovación tecnológica	24.6. Deducción por inversiones en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales	24.7. Deducciones por creación de empleo	24.8. Deducción por inversiones de empresas portuarias
24.9. Normas comunes a las deducciones	24.10. Pagos fraccionados		

**Módulo 25.** El impuesto sobre sociedades: regímenes especiales (I)

25.1. Gestión del impuesto sobre sociedades	25.2. Agrupaciones de interés económico y uniones temporales de empresas	25.3. Régimen de consolidación fiscal: conceptos básicos 25.3.1. Definición 25.3.2. Contribuyente 25.3.3. Responsabilidades tributarias derivadas de la aplicación del régimen de consolidación fiscal	25.4. Régimen de consolidación (II) 25.4.1. Obligaciones de información 25.4.2. Pérdida del régimen de consolidación fiscal: causas y efectos
25.5. Grupo fiscal 25.5.1. Definición del grupo fiscal. Entidad dominante. Entidades dependientes 25.5.2. Inclusión o exclusión de entidades en el grupo fiscal 25.5.3. Determinación del dominio y de los derechos de voto en las participaciones indirectas 25.5.4. Reglas especiales de incorporación de entidades en el grupo fiscal	25.6. Base imponible del grupo consolidado 25.6.1. Reglas especiales aplicables en la determinación de las bases imponibles individuales de las entidades integrantes del grupo fiscal 25.6.2. Eliminaciones 25.6.3. Incorporaciones 25.6.4. Compensación de bases imponibles negativas	25.7. Liquidación consolidada 25.7.1. Tipo de gravamen del grupo fiscal 25.7.2. Cuota íntegra del grupo fiscal 25.7.3. Deducciones y bonificaciones de la cuota íntegra del grupo fiscal 25.7.4. Declaración y autoliquidación del grupo fiscal	25.8. Régimen de empresas de reducida dimensión (I) 25.8.1. Concepto de empresa de reducida dimensión 25.8.2. Libertad de amortización con creación de empleo 25.8.3. Amortización acelerada
25.9. Régimen de empresas de reducida dimensión (II) 25.9.1. Pérdidas por deterioro de insolvencias 25.9.2. Reserva de nivelación	25.10. Régimen de arrendamiento financiero		

**Módulo 26.** El impuesto sobre sociedades: regímenes especiales (II)**26.1. Régimen de reestructuraciones societarias. Concepto, ámbito y supuestos de aplicación****26.2. Requisitos del régimen**

- 26.2.1. El motivo económico válido
- 26.2.2. La comunicación del régimen

**26.3. Régimen de reestructuraciones societarias**

- 26.3.1. Régimen aplicable a los elementos transmitidos
- 26.3.2. Valoración de las participaciones adquiridas
- 26.3.3. Régimen de tributación de los socios
- 26.3.4. Régimen del canje de valores

**26.4. Régimen de reestructuraciones societarias (II)**

- 26.4.1. Participaciones en el capital de la entidad transmitente y de la entidad adquirente
- 26.4.2. Aportaciones no dinerarias

**26.5. Régimen de reestructuraciones societarias (IV)**

- 26.5.1. Subrogación en la posición jurídica
- 26.5.2. Deberes contables

**26.6. Régimen fiscal de cooperativas (I). Calificación fiscal**

- 26.6.1. Clasificación fiscal de las cooperativas
- 26.6.2. Efectos de la pérdida de la condición fiscal

**26.7. Régimen fiscal de cooperativas (II). Causas de pérdida de la protección fiscal****26.8. Cooperativas especialmente protegidas (III). Enumeración y requisitos****26.9. Régimen fiscal de cooperativas (III) Reglas especiales en la base imponible del Impuesto sobre Sociedades**

- 26.9.1. Doble base imponible
- 26.9.2. Valoración de operaciones con socios
- 26.9.3. Gastos especiales: FEP e intereses del capital
- 26.9.4. Tratamiento del FRO

**26.10. Régimen fiscal de cooperativas (IV). Beneficios fiscales de las cooperativas**

- 26.10.1. Beneficios fiscales en la cuota del IS
- 26.10.2. Beneficios fiscales en otros impuestos

**Módulo 27.** El impuesto sobre el valor añadido: régimen general (I)

**27.1. Introducción al IVA**

**27.2. Hecho imponible del IVA**

- 27.2.1. Entregas de bienes y prestaciones de servicios
- 27.2.2. Operaciones asimiladas

**27.3. Operaciones intracomunitarias y de comercio exterior**

- 27.3.1. Adquisiciones intracomunitarias de bienes
- 27.3.2. Prestación y adquisición de servicios intracomunitarios
- 27.3.3. Importación de bienes

**27.4. Supuestos de no sujeción**

**27.5. Exenciones**

**27.6. Sujetos pasivos y responsables**

- 27.6.1. Regla general
- 27.6.2. Regla de inversión del sujeto pasivo
- 27.6.3. Responsables del impuesto

**27.7. Lugar de realización**

- 27.7.1. Entregas de bienes
- 27.7.2. Prestaciones de servicios

**27.8. Devengo del impuesto**

- 27.8.1. Regla general
- 27.8.2. Reglas especiales

**27.9. Base imponible**

- 27.9.1. Regla general
- 27.9.2. Reglas especiales

**27.10. Modificación de la base imponible**

**Módulo 28.** El impuesto sobre el valor añadido: régimen general (II)

**28.1. Tipos de gravamen**

**28.2. Repercusión del impuesto**

- 28.2.1. Requisitos temporales y formales
- 28.2.2. Deberes de facturación
- 28.2.3. Facturación electrónica
- 28.2.4. Sistema de suministro inmediato de información (SII)

**28.3. Deducción de cuotas soportadas**

- 28.3.1. Requisitos
- 28.3.2. Limitaciones
- 28.3.3. Exclusiones y restricciones

**28.4. Deducciones en sectores diferenciados de actividad**

**28.5. Liquidación del impuesto**

- 28.5.1. Régimen general
- 28.5.2. Regla de prorata
  - 28.5.2.1. Prorata general
  - 28.5.2.2. Prorata especial

**28.6. Devoluciones**

**28.7. Rectificaciones**

- 28.7.1. Rectificación de cuotas repercutidas
- 28.7.2. Rectificación de deducciones

**28.8. Regularización de deducciones**

- 28.8.1. Por aplicación de prorata provisional
- 28.8.2. Por adquisición o importación de bienes de inversión
- 28.8.3. Por deducciones anteriores al inicio

**28.9. Obligaciones formales**

**28.10. Gestión del impuesto**

**Módulo 29.** El impuesto sobre el valor añadido: regímenes especiales

29.1. Normas comunes a los regímenes especiales del IVA	29.2. Régimen especial simplificado	29.3. Régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca	29.4. Régimen especial de bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección
29.5. Régimen especial de operaciones con oro de inversión	29.6. Régimen especial de las agencias de viajes	29.7. Régimen especial del recargo de equivalencia	29.8. Regímenes especiales aplicables a los servicios de telecomunicaciones, radiodifusión o televisión y a los prestados por vía electrónica
29.9. Régimen especial del grupo de entidades	29.10. Régimen especial del criterio de caja		

**Módulo 30.** Impuestos especiales

30.1. Impuestos especiales: introducción	30.2. Impuestos especiales de fabricación	30.3. Impuesto especial sobre el carbón	30.4. Impuesto especial sobre determinados medios de transporte
30.5. Impuesto sobre el valor de la producción de energía eléctrica	30.6. Impuesto sobre la producción de combustible nuclear gastado y residuos radiactivos resultantes de la generación de energía eléctrica	30.7. Impuesto sobre el almacenamiento de combustible nuclear gastado y residuos radiactivos en instalaciones centralizadas	30.8. Impuesto sobre los gases fluorados de efecto invernadero
30.9. Impuesto sobre el valor de la extracción de gas, petróleo y condensados	30.10. Impuesto sobre plásticos		

07

# Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.







“

*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”*

## TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

*Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”*



*Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.*





*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.*

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

*Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.*

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



#### Prácticas de habilidades directivas

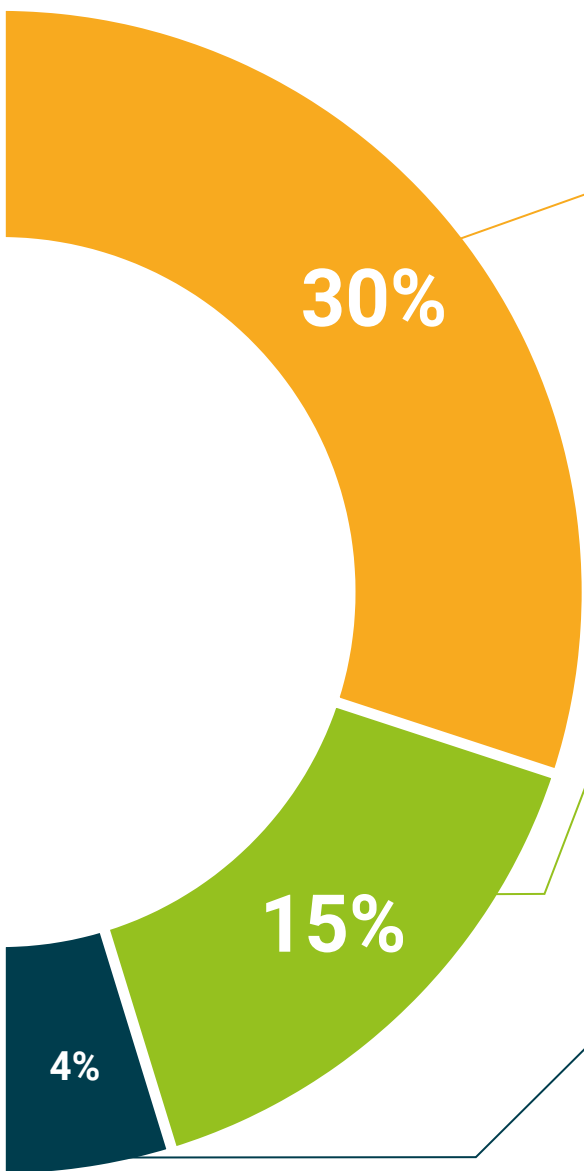
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





**Case studies**

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



**Resúmenes interactivos**

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



**Testing & Retesting**

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.





08

# Perfil de nuestros alumnos

Los alumnos de este programa universitario en Asesoría integral de TECH son profesionales con amplia experiencia en el asesoramiento a empresas, que buscan una oportunidad educativa para mejorar su capacitación con una enseñanza de gran nivel académico. Personas que entienden la necesidad de continuar con sus estudios durante toda su faceta laboral como método indispensable para lograr una mejora laboral, aumentar su empleabilidad y ser más competitivos en su trabajo.





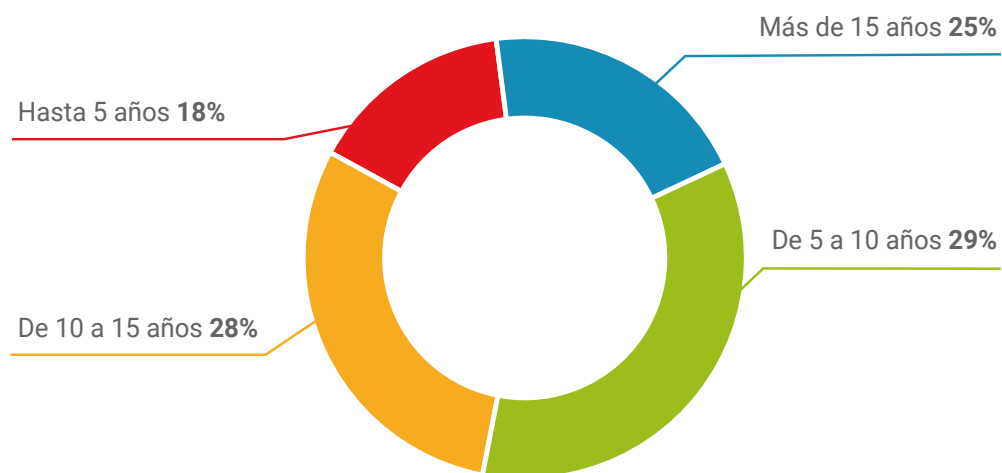
“

*Un programa dirigido a profesionales que buscan una mejora laboral en poco tiempo”*

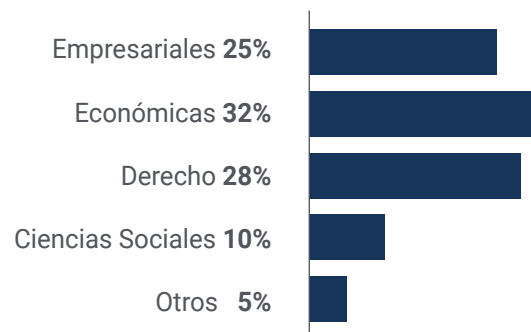
### Edad media

Entre **35** y **45** años

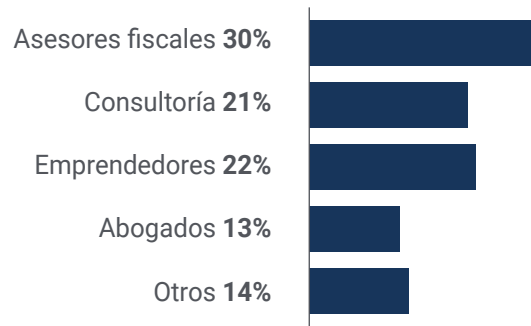
### Años de experiencia



### Formación

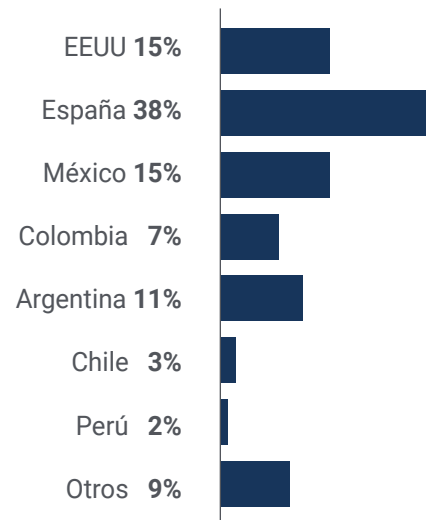


### Perfil académico





## Distribución geográfica



## Miguel Molina

Asesor de empresas

*“Este programa me ha dado la oportunidad de ampliar mi capacitación en un área fundamental para mi desarrollo profesional. De esta manera, en este Grand Master de Formación Permanente de TECH he encontrado información absolutamente nueva y necesaria para mi práctica profesional, por lo que he podido ponerme al día y ahora estoy más seguro a la hora de tomar decisiones. Además, la modalidad online ha sido un gran plus, ya que he podido continuar con mis estudios sin necesidad de dejar de lado el resto de mis obligaciones”*

09

# Dirección del curso

Los docentes de este programa de TECH son profesionales con amplia experiencia en el asesoramiento de empresas, pero también en el ámbito docente e investigativo. Expertos que entienden la importancia del aprendizaje durante toda la etapa laboral y que han diseñado un programa de gran nivel, adaptado a las necesidades de los alumnos. Al mismo tiempo, dichos especialistas están al día con las nuevas tecnologías didácticas, por lo que aportan en este programa universitario multitud de recursos teórico-prácticos.



A black and white photograph showing three people from a different perspective, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape that covers the top right and bottom right portions of the page.

“

*Un experimentado equipo docente te acompañará a lo largo de todo el proceso de aprendizaje y resolverá las dudas que puedan surgirte”*

## Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación** y **estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista **Fortune 50**, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento** en **Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es **crear equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar la marca de empleador** y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



## Dña. Dove, Jennifer

---

- Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal Media, Nueva York, Estados Unidos
- Responsable de Selección de Personal Comcast
- Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- Ejecutiva de Cuentas en BNC
- Ejecutiva de Cuentas en Vault
- Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

“

*Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”*

## Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en Amazon le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En Microsoft ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



## D. Gauthier, Rick

---

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College

“

*Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”*

## Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado**, centradas en sus **clientes** y el **mundo digital**.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: satisfacer las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar** una “**descarbonización rentable**” y **revisar** un panorama fragmentado de **datos, digital y tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.





## D. Arman, Romi

---

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD

“

*¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional”*

## Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un experimentado profesional en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros**, las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing**, **análisis de medios**, **medición** y **atribución**. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search**, **Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA**.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton**, **Airbus** y **Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes** y **trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



## D. Arens, Manuel

---

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

“

*¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia”*

## Director Invitado Internacional

Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto** en el entorno de la Moda. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello, ligado a marcas de prestigio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre otras.

Los resultados de este directivo de **alto perfil internacional** han estado vinculados a su probada capacidad para **sintetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos **empresariales específicos**. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación a ritmos acelerados** de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial, visión de mercado** y una **auténtica pasión** por los productos.

Como **Director Global de Marca y Merchandising** en **Giorgio Armani**, ha supervisado disímiles **estrategias de Marketing** para ropas y accesorios. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el **ámbito minorista** y las **necesidades y el comportamiento del consumidor**. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como **jefe de equipo** en los **departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas**.

Por otro lado, en empresas como **Calvin Klein** o el **Gruppo Coin**, ha emprendido proyectos para impulsar la **estructura, el desarrollo y la comercialización** de diferentes colecciones. A su vez, ha sido encargado de crear **calendarios eficaces** para las **campañas** de compra y venta. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los **términos, costes, procesos y plazos de entrega** de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados **líderes corporativos** de la **Moda** y el **Lujo**. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el **posicionamiento positivo** de diferentes marcas y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



## D. La Sala, Andrea

---

- ♦ Director Global de Marca y Merchandising Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- ♦ Director de Merchandising en Calvin Klein
- ♦ Responsable de Marca en Gruppo Coin
- ♦ Brand Manager en Dolce&Gabbana
- ♦ Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Analista de Mercado en Fastweb
- ♦ Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*Los profesionales más cualificados y experimentados a nivel internacional te esperan en TECH para ofrecerte una enseñanza de primer nivel, actualizada y basada en la última evidencia científica. ¿A qué esperas para matricularte?”*

## Director Invitado Internacional

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la **Inteligencia Empresarial** a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como **Walmart** y **Red Bull**. Asimismo, este experto destaca por su visión para **identificar tecnologías emergentes** que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un **pionero** en el **empleo de técnicas de visualización de datos** que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por **recopilar información** y **generar acciones** concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al **análisis de Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminare para **insights** de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios **Másteres** y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



## D. Gram, Mick

---

- Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- Analista Jefe en Nordea
- Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhague
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhague

“

*¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”*



## Director Invitado Internacional

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del **Marketing Digital** que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, **Warner Bros. Discovery**. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la **supervisión de logística y flujos de trabajos creativos** en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción en medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora** en las **tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y **campañas de propiedad digital**. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para **comerciales de televisión y trailers**.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación y narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.





## D. Stevenson, Scott

---

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida

“

*¡Alcanza tus objetivos académicos y profesionales con los expertos mejor cualificados del mundo! Los docentes de este MBA te guiarán durante todo el proceso de aprendizaje”*

## Directora Invitada Internacional

Galardonada con el "*International Content Marketing Awards*" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida **Directora de Comunicación** altamente especializada en el campo de la **Gestión de Reputación**.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como **Coca-Cola**. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la **plataforma de interacción interna Yammer**. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las **inversiones estratégicas** de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos **reconocimientos** por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos y Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos de comunicación** exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



## Dña. Thole-Muir, Wendy

---

- ♦ Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- ♦ Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- ♦ Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- ♦ Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- ♦ Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- ♦ Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica

“

*Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!”*

## Dirección



### D. Castellanos Herreros, Ricardo

- ♦ *Chief Technology Officer* en OWQLO
- ♦ Consultor Técnico *Freelance*
- ♦ Desarrollador de Aplicaciones Móviles para eDreams, Fnac, Air Europa, Bankia, Cetelem, Banco Santander, Santillana, Groupón y Grupo Planeta
- ♦ Desarrollador de Páginas Web para Openbank y Banco Santander
- ♦ Curso de *Machine Learning Engineer* en Udacity
- ♦ Ingeniero Técnico en Informática de Sistemas por la Universidad de Castilla la Mancha



### Dr. Taléns Visconti, Eduardo Enrique

- ♦ Colaborador
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Máster Oficial en Derecho, Empresa y Justicia por la Universidad de Valencia
- ♦ Doctorado en Derecho, Empresa y Justicia por la Universidad de Valencia
- ♦ Diploma de Especialización en Mediación Laboral por la Universidad de Valencia



### **Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo**

- ♦ CEO y CTO en Prometeus Global Solutions
- ♦ CTO en Korporate Technologies
- ♦ CTO en AI Shepherds GmbH
- ♦ Consultor y Asesor Estratégico Empresarial en Alliance Medical
- ♦ Director de Diseño y Desarrollo en DocPath
- ♦ Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- ♦ Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela
- ♦ Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla-La Mancha
- ♦ Máster en Executive MBA por la Universidad Isabel I
- ♦ Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Isabel I
- ♦ Máster Experto en Big Data por Formación Hadoop
- ♦ Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- ♦ Miembro: Grupo de Investigación SMILE



### Dña. Alguacil Marí, María Pilar

- ♦ Asesora Fiscal en el Instituto de estudios de Economía Social
- ♦ Departamento de Impuestos. Estudio Jurídico Económico Blanes y Cia
- ♦ Catedrática Universidad de Valencia
- ♦ Licenciada y Doctora en Derecho Financiero y Tributario. Universidad de Valencia
- ♦ PhD, Derecho. Universidad de Valencia
- ♦ Miembro del consejo redactor de varias revistas científicas, como Civitas Revista Española de Derecho Financiero, y CIRIEC, revista jurídica de Economía social y cooperativa
- ♦ Autora de más de 100 publicaciones científicas, en forma de libros, capítulos de libros y colaboraciones en revistas nacionales e internacionales
- ♦ Ha realizado estancias de investigación en las Universidades de Bolonia, Catania, UQAM, Verona, y Sussex, así con en la agencia europea EUROFOUND
- ♦ Ha asesorado a las organizaciones más representativas de la Economía Social
- ♦ Ha participado como ponente en sesiones del Comité Económico y Social Europeo, y en el Intergrupo de Economía Social del Parlamento Europeo

## Profesores

### Dr. Ramos Moragues, Francisco

- ♦ Investigador Especializado en Derecho Laboral
- ♦ Investigador en distintas ramas del Derecho Laboral
- ♦ Vocal Asesor de la Oficina Económica de Presidencia del Gobierno en la Dirección General de Políticas Financieras, Macroeconómicas y Laborales
- ♦ Magistrado Suplente de la Sala Social del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana
- ♦ Autor de numerosas publicaciones en libros y revistas jurídicas
- ♦ Docente en estudios universitarios de Derecho
- ♦ Doctor en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Diplomado en Relaciones Laborales por la Universidad de Valencia

### Dra. Aragón Gómez, Cristina

- ♦ Abogada especialista en Ciencias Sociales y Jurídicas
- ♦ Docente en TECH
- ♦ Miembro del Claustro de profesores de IE Business School
- ♦ Doctorado en Derecho. "Apto cum laude" por unanimidad por la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Licenciatura en Derecho. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Premio Extraordinario de Doctorado de la Facultad de Derecho de la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Dirección de Recursos Humanos, Especialidad en Relaciones Laborales. Cámara de Comercio e Industria de Madrid y Universidad Autónoma de Madrid

### Dra. Nieto Rojas, Patricia

- ♦ Investigadora en Derecho Laboral
- ♦ Asistente Técnica para Agentes Sociales
- ♦ Investigadora relacionada con el Derecho Laboral
- ♦ Docente en estudios universitarios
- ♦ Autora de diversas publicaciones científicas
- ♦ Doctora en Derecho por la Universidad Carlos III
- ♦ Diplomada en Relaciones Laborales por la Universidad Carlos III
- ♦ Máster en Derecho Privado
- ♦ Licenciada en Ciencias del Trabajo por la Universidad Carlos III

### Dra. Bonet Sánchez, María Pilar

- ♦ Abogada en el Ilustre Colegio de Abogados de Valencia
- ♦ Profesora Titular de Universidad en Derecho Financiero y Tributario
- ♦ Directora del Certificado Universitario en la Gestión Fiscal y Laboral del Autónomo
- ♦ Miembro: Equipo de la Cátedra de Cooperativas Agroalimentarias,
- ♦ Investigadora en diversos proyectos relacionados con la Economía Social y el Cooperativismo
- ♦ Asesora de diversas cooperativas, especialmente con relación en el IVA
- ♦ Doctora en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Evaluadora anónimo-externo de artículos científicos para su publicación en diversas revistas

**Dra. Moreno Solana, Amanda**

- ♦ Letrada Especializada Derecho del Trabajo y en Prevención de Riesgos
- ♦ Profesora de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social en la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Doctora en Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Especialista en Derecho del Trabajo y de la Empresa por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Prevención de Riesgos Laborales con la Especialidad en Seguridad en el Trabajo y Ergonomía y Psicosociología
- ♦ Máster en Derecho Privado
- ♦ Curso en Adaptación Pedagógica por la Universidad Complutense de Madrid

**Dr. Correcher Mato, Carlos**

- ♦ Investigador Experto en Tributación para Entidades
- ♦ Investigador en el Grupo de Investigación-Participación Empresarial en Actividades de Interés General
- ♦ Estancia en International Bureau of Fiscal Documentation
- ♦ Autor de varias publicaciones sobre tributación de las Entidades Sin Fines Lucrativos
- ♦ Ponente en numerosos congresos de carácter nacional e internacional
- ♦ Doctor en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Graduado en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Máster en Abogacía por la Universidad de Valencia
- ♦ Premio de Investigación Tomás y Valiente

**Dña. Puchol Tur, Teresa**

- ♦ Especialista en Derecho de la Empresa, Gestión Contable y Fiscal de las Cooperativas
- ♦ Secretaria de la Cátedra de Cooperativas Agroalimentarias
- ♦ Secretaria de Aula Empresocial
- ♦ Investigadora invitada en IBFD
- ♦ Secretaria de la Cátedra de Cooperativas Agroalimentarias
- ♦ Personal Investigador en Formación en la Universidad de Valencia
- ♦ Grado en Economía por la Universidad de Valencia
- ♦ Máster Título Propio en Asesoría Fiscal a Empresas
- ♦ Máster en Derecho de la Empresa por la Universidad de Valencia
- ♦ Diploma de Especialización en Gestión Contable y Fiscal de las Cooperativas por la ADEIT
- ♦ Diploma de Experto Universitario en Bolsas y Mercados Financieros Españoles por la ADEIT

**Dr. Gimeno Díaz de Atauri, Pablo**

- ♦ Investigador en el Área del Derecho del Trabajo
- ♦ Asesor para el mercado de trabajo en la Oficina Económica del Presidente del Gobierno
- ♦ Docente ayudante en la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Doctor Cum Laude y Premio Extraordinario en Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster Universitario en Derecho Privado por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Licenciado en Economía y Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid





#### **D. Fernández de Buján y Arranz, Antonio**

- ♦ Senior Manager de KPMG Abogados
- ♦ Profesor del Máster en Práctica Tributaria del Centro de Estudios Garrigues
- ♦ Profesor de Derecho Financiero y Tributario en CUNEF Universidad
- ♦ Profesor asociado de Derecho Financiero y Tributario de la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Doctor en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Título Propio de Especialista en Derechos Humanos por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster Oficial Universitario en Derecho Público por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Miembro: Asociación Española de Asesores Fiscales y Consejo de Redacción de Aranzadi Experto Fiscal

“

*Una experiencia de capacitación única,  
clave y decisiva para impulsar tu  
desarrollo profesional”*

# 10

# Impacto para tu carrera

La realización de este Grand Master de Formación Permanente en Asesoría integral de TECH supone una oportunidad única para lograr el cambio profesional que desean los alumnos. De esta manera, los estudiantes encontrarán en este programa la mejor capacitación sobre el asesoramiento laboral y fiscal a empresas del panorama académico actual, lo que será fundamental para su desarrollo profesional y dará el impulso deseado a su carrera. La ocasión perfecta para especializarse en un área fundamental en los negocios.



“

*Contarás con los mejores recursos multimedia con los que podrás enriquecer tu aprendizaje y llevar lo estudiado a la práctica de un modo mucho más sencillo”*

### ¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

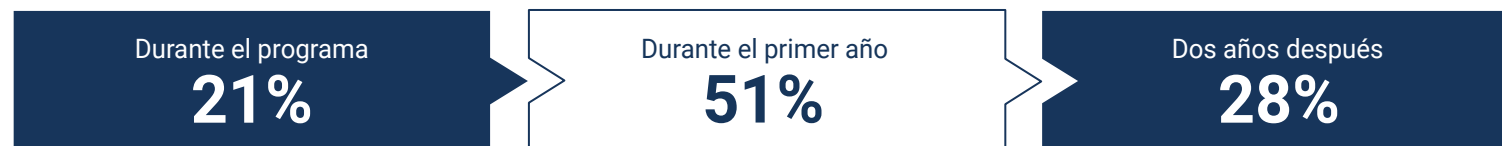
El Grand Master de Formación Permanente en Asesoría Integral de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

Por ello, quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en TECH.

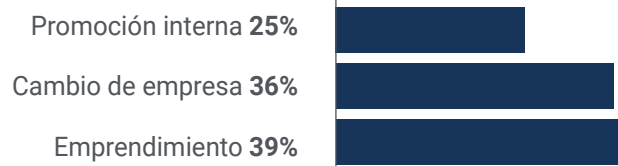
*Este Grand Master de Formación Permanente te permitirá ejercitarte en entornos simulados, que proporcionan un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.*

*Lograrás el cambio profesional que deseas ampliando tu capacitación con este innovador programa universitario.*

#### Momento del cambio



#### Tipo de cambio



## Mejora salarial

---

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del 25%





11

# Beneficios para tu empresa

Realizar este Grand Master de Formación Permanente en Asesoría Integral de TECH supone una oportunidad única para los alumnos a nivel personal y profesional, pero también para las empresas en las que trabajen. Los egresados aportarán una nueva visión estratégica y nuevos métodos y técnicas de trabajo que permitirán mejorar su día a día. Sin duda, permitirá a los estudiantes alcanzar la excelencia profesional que desean y, por tanto, ser más competitivos en su labor diaria.



“

*Estudia en TECH y aporta a tu empresa  
un nuevo método de trabajo más dinámico y  
adaptado a las necesidades del mercado actual”*

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

### Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

---

02

### Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

---

04

### Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

### **Desarrollo de proyectos propios**

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

---

06

### **Aumento de la competitividad**

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.



12

# Titulación

Este programa en Asesoría Integral garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master de Formación Permanente expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este programa te permitirá obtener el título de **Grand Master de Formación Permanente en Asesoría Integral** emitido por TECH Universidad Tecnológica.

TECH Universidad Tecnológica, es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: **Grand Master de Formación Permanente en Asesoría Integral**

Modalidad: **online**

Duración: **15 meses**

Acreditación: **120 ECTS**



\*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



## Grand Master de Formación Permanente Asesoría Integral

- » Modalidad: online
- » Duración: 15 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Grand Master de Formación Permanente

## Asesoría Integral

