

Grand Master

Alta Dirección Financiera,
Experto Contable

G M A D F E C



Grand Master

Alta Dirección Financiera, Experto Contable

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-grand-master-alta-direccion-financiera-experto-contable

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. 64

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 72

09

Dirección del curso

pág. 76

10

Impacto para tu carrera

pág. 98

11

Beneficios para tu empresa

pág. 102

12

Titulación

pág. 106

01 Bienvenida

El área financiera y contable de un negocio es uno de sus principales activos, puesto que permite gestionar los recursos económicos y materiales de la manera más adecuada posible, logrando una mayor rentabilidad para la compañía y, por tanto, el crecimiento de la misma. La especialización en este campo es altamente demandada en el sector de los negocios, puesto que se requiere de una elevada cualificación de los profesionales para evitar posibles errores que causen un caos en la organización. Esto ha motivado a TECH para crear este completísimo programa, que pretende convertir a los alumnos en auténticos directores financieros, con especial relevancia en la gestión contable. Y lo consigue con un plan de estudios de gran calidad, elaborado por un equipo docente de primer nivel, y que cuenta con las características necesarias para aportar a los estudiantes una visión global, estratégica e internacional de los negocios, que les aporte la seguridad necesaria para desarrollarse con éxito en un sector altamente competitivo.



Grand Master en Alta Dirección Financiera, Experto Contable
TECH Universidad



“

Especializarte en dirección financiera y contable te permitirá gestionar de manera adecuada las cuentas de tu negocio, logrando una mayor rentabilidad”

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



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 multivídeo 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 2 años.

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.

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

04 Objetivos

Este programa reúne, en un solo plan de estudio, la información más relevante sobre la gestión empresarial, y la dirección financiera y contable. De esta manera, TECH se asegura de ofrecer a los profesionales de los negocios la capacitación necesaria para triunfar en el campo de la alta dirección. Sin duda, un Grand Master que cumplirá con los objetivos académicos de los alumnos y les aportará el conocimiento necesario para triunfar en un sector tan competitivo.



“

Un programa de gran nivel que te aportará los conocimientos necesarios para manejarte de manera exitosa en la dirección financiera y contable”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos

Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El **Grand Master en Alta Dirección Financiera, Experto Contable** capacitará al alumno para:

01

Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección

04

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

02

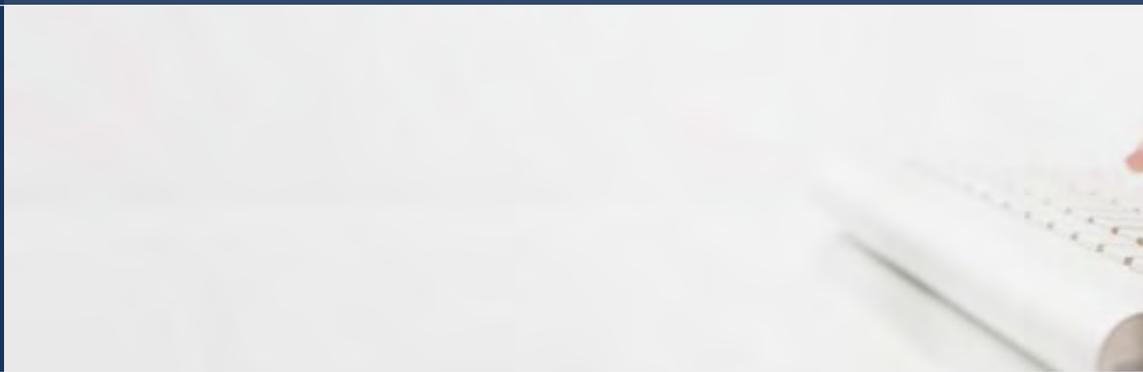
Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo

03

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

05

Entender cuál es 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



06

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

08

Ser capaz de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa

09

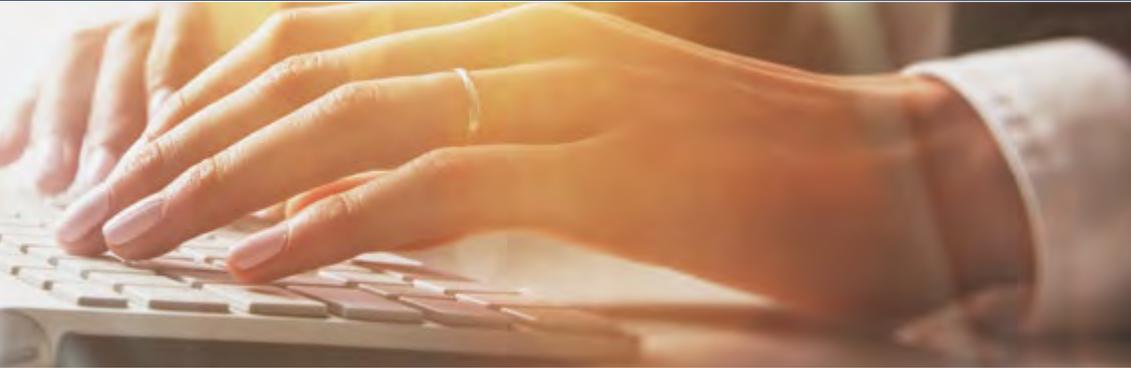
Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento, etc

07

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

10

Desarrollar competencias para diseñar estrategias financieras alineadas con la estrategia de la empresa



11

Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones de inversión y financiación en un entorno complejo e inestable, evaluando su impacto sobre la empresa

12

Desarrollar la capacidad de detección, análisis y resolución de problemas

13

Explicar la empresa desde un punto de vista global, así como la responsabilidad y el nuevo papel de los directores financieros

14

Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad financiera empresarial

15

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



16

Formular e implementar políticas financieras para la adecuada gestión de la tesorería, las inversiones y la planificación fiscal como estrategias de crecimiento que adapten la empresa a los cambios del entorno nacional e internacional

18

Entender y analizar toda la información financiera de la empresa

19

Conocer el entorno económico y los mercados en los que se mueve la empresa

17

Entender los riesgos financieros que conllevan determinadas operaciones

20

Comprender los riesgos de las inversiones y ser capaz de controlarlos



21

Desempeñar con solvencia todas las funciones correspondientes al departamento de contabilidad de una empresa, a todos los niveles, desde lo básico hasta nivel de dirección y toma de decisiones

24

Conocer el marco normativo contable y en especial el Plan General de Contabilidad para una adecuada utilización del mismo

22

Tener un profundo conocimiento de las operaciones contables y fiscales que afectan a una empresa y desarrollar la capacidad de realizarlas con solvencia y conocimiento

23

Conocer y aplicar técnicas de auditoría y muestreo en la supervisión de la contabilidad

25

Utilizar los requisitos de la información, principios contables, criterios de registro y de valoración asegurando el reflejo de la imagen fiel del patrimonio de la empresa



26

Saber la naturaleza del Impuesto sobre Sociedades e identificar sus elementos, con intención de considerarlo en el desarrollo de la actividad económico-financiera de la empresa

28

Tener una visión global del papel que juega el sistema financiero en la adjudicación de los recursos financieros y conocer las funciones, características y clasificación de activos, intermediarios y mercados financieros



29

Realizar un análisis y seleccionar de entre los distintos productos financieros que ofrecen los mercados aquellos que permitan llevar a cabo una estrategia de inversión exitosa y mejoren la rentabilidad de los excedentes de tesorería

27

Conocer la naturaleza del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas e identificar sus elementos, con el fin de considerarlo en el desarrollo de la actividad económico-financiera de la empresa

30

Identificar y aplicar la normativa exigible al grupo de empresas en la elaboración de las cuentas anuales

05

Competencias

Gracias a la realización de este Grand Master Alta Dirección Financiera, Experto Contable, los profesionales de los negocios podrán adquirir una cualificación absolutamente necesaria para su desarrollo profesional en este campo. De esta manera, al finalizar de cursarlo con éxito estarán mejor capacitados para manejarse con soltura y seguridad en un área de gran importancia en las empresas, puesto que un pequeño error a nivel financiero-contable puede generar el caos en la compañía.



“

Un programa 100% online que amplificará tu currículum profesional con una triple titulación universitaria, si cumples con los requisitos de acceso oficiales”

01

Realizar una gestión global de la empresa, aplicando técnicas de liderazgo que influyan en el rendimiento de los trabajadores, de tal manera que se logren los objetivos de la empresa

02

Formar parte y liderar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

04

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

05

Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía



06

Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información

08

Elaborar y liderar planes de marketing

09

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

07

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

10

Liderar los diferentes proyectos de la empresa



11

Realizar planes de inversiones y analizar su viabilidad

14

Aplicar técnicas de negociación para la resolución de conflictos laborales

12

Saber manejarse en entornos globalizados que requieran una capacitación superior en materia financiera



13

Crear un entorno laboral adecuado para guiar con éxito a los trabajadores, logrando un mayor rendimiento de los mismos

15

Tener un conocimiento profundo en las diferentes áreas de la contabilidad financiera

16

Tomar decisiones en el ámbito de la contabilidad de gestión

18

Reconocer el riesgo financiero y aplicar técnicas para evitarlo

19

Identificar la viabilidad de un proyecto de inversión

17

Especializarse en el entorno económico y los mercados financieros

20

Evaluar la información contable externa, valorando cuál es la información relevante



21

Desarrollar tareas específicas de auditoría y control interno que garanticen la imagen fiel de la situación económica y financiera de la empresa

24

Diferenciar los distintos tipos de tributos directos e indirectos, para el correcto cumplimiento de la obligación tributaria de la empresa

22

Analizar las operaciones de los negocios para tomar decisiones y medir el resultado



23

Medir riesgos de carteras y proponer coberturas para reducir esos riesgos

25

Determinar la problemática contable de las principales operaciones comerciales, de inmovilizado, financieras, de instrumentos financieros a fin de saber interpretarlas

26

Registrar operaciones y elaborar los estados financieros bajo normativa de las Normas Internacionales de Información Financieras

28

Analizar y evaluar la información analítica contable de una empresa industrial, comercial y/o de servicios

29

Resolver casos prácticos de contabilidad analítica y de gestión

27

Comprender e interpretar la información económico-financiera publicada por las empresas

30

Aplicar las normas de reconocimiento y valoración del Plan General de Contabilidad a distintas operaciones complejas



06

Estructura y contenido

Este plan de estudios sobre alta dirección financiera y contable ha sido diseñado pensando en las necesidades académicas de los profesionales de los negocios que desean ponerse al día en las principales novedades que han surgido en este campo. Un programa que se ha estructurado de manera que el estudio se pueda realizar de forma autodirigida, mostrando los conocimientos más novedosos en cada área de aprendizaje. Un Grand Master que se imparte totalmente online, facilitando a los alumnos su estudio y posibilidad de organización.



“

La distribución de este plan de estudios hará más sencillo su aprendizaje y te capacitará para alcanzar el éxito en el sector”

Plan de estudios

El Grand Master Alta Dirección Financiera, Experto Contable, de TECH Universidad 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 la gestión financiera y contable desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para los alumnos, enfocado a su mejora profesional y que los prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. 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 2 años y se divide en 31 módulos:

Módulo 1	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 2	Dirección estratégica y <i>Management Directivo</i>
Módulo 3	Dirección de personas y gestión del talento
Módulo 4	Dirección económico-financiera
Módulo 5	Dirección de operaciones y logística
Módulo 6	Dirección de sistemas de información
Módulo 7	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa
Módulo 8	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial
Módulo 9	Innovación y Dirección de Proyectos
Módulo 10	<i>Management Directivo</i>
Módulo 11	Dirección estratégica y <i>management</i>
Módulo 12	Habilidades directivas y liderazgo
Módulo 13	Marketing <i>management</i> y operaciones
Módulo 14	Planificación estratégica y control de gestión
Módulo 15	Banca y mercados financieros
Módulo 16	Riesgo financiero y finanzas corporativas

Módulo 17	Viabilidad de proyectos de inversión
Módulo 18	Ético-jurídico-fiscal
Módulo 19	Contabilidad directiva
Módulo 20	Contabilidad avanzada I
Módulo 21	Contabilidad de gestión para la toma de decisiones
Módulo 22	Contabilidad avanzada II
Módulo 23	Contabilidad y fiscalidad
Módulo 24	Análisis de estados económicos-financieros
Módulo 25	Análisis y gestión de instrumentos financieros
Módulo 26	Combinaciones de negocios y valoración de empresas
Módulo 27	Consolidación de estados financieros
Módulo 28	Planificación financiero-contable para la toma de decisiones empresariales
Módulo 29	Creación y financiación de <i>startups</i>
Módulo 30	Normativa internacional
Módulo 31	Finanzas internacionales

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Grand Master en Alta Dirección Financiera, Experto Contable de manera totalmente online. Durante los 2 años 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. Multinationales 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>5.9. Supply Chain management</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM) 5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operacione 5.9.3. Patrones de Demanda 5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio 	<p>5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.10.1. Interacción de la cadena de suministro 5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes 5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro 5.10.4. Cadena de suministro 4.0 	<p>5.11. Costes de la logística</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.11.1. Costes logísticos 5.11.2. Problemas de los costes logísticos 5.11.3. Optimización de costes logísticos 	<p>5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.12.1. Cadena logística 5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística 5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
<p>5.13. Gestión de procesos</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.13.1. La gestión de procesos 5.13.2. Enfoque basado en procesos: mapa de procesos 5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos 	<p>5.14. Distribución y logística de transportes</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.14.1. Distribución en la cadena de suministro 5.14.2. Logística de Transportes 5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la Logística 	<p>5.15. Logística y clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.15.1. Análisis de Demanda 5.15.2. Previsión de Demanda y Ventas 5.15.3. Planificación de Ventas y Operaciones 5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR) 	<p>5.16. Logística internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.16.1. Procesos de exportación e importación 5.16.2. Aduanas 5.16.3. Formas y Medios de Pago Internacionales 5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional
<p>5.17. Outsourcing de operaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.17.1. Gestión de operaciones y <i>Outsourcing</i> 5.17.2. Implantación del outsourcing en entornos logísticos 	<p>5.18. Competitividad en operaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.18.1. Gestión de Operaciones 5.18.2. Competitividad operacional 5.18.3. Estrategia de Operaciones y ventajas competitivas 	<p>5.19. Gestión de la calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.19.1. Cliente interno y cliente externo 5.19.2. Los costes de calidad 5.19.3. La mejora continua y la filosofía de <i>Deming</i> 	

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

<p>7.1. Dirección comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>7.2. Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.2.1. Concepto de Marketing 7.2.2. Elementos básicos del marketing 7.2.3. Actividades de marketing de la empresa 	<p>7.3. Gestión Estratégica del Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>7.4. Marketing digital y comercio electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <i>Ecommerce</i> frente al comercio tradicional
<p>7.5. <i>Managing digital business</i></p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>7.6. Marketing digital para reforzar la marca</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca 7.6.2. <i>Branded Content & Storytelling</i> 	<p>7.7. Estrategia de Marketing Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing Digital 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing Digital 	<p>7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet 7.8.2. <i>Visitor Relationship Management</i> 7.8.3. Hipersegmentación
<p>7.9. Gestión de campañas digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>7.10. Plan de marketing online</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.10.1. ¿Qué es una 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 	<p>7.11. <i>Blended marketing</i></p> <ul style="list-style-type: none"> 7.11.1. ¿Qué es el <i>Blended Marketing</i>? 7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de <i>Blended Marketing</i> 7.11.4. Características de una estrategia de <i>Blended Marketing</i> 7.11.5. Recomendaciones en <i>Blended Marketing</i> 7.11.6. Beneficios del <i>Blended Marketing</i> 	<p>7.12. Estrategia de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.12.1. Estrategia de ventas 7.12.2. Métodos de ventas
<p>7.13. Comunicación Corporativa</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>7.15. Comunicación y reputación digital</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. Dirección estratégica y *management*

11.1. Diseño organizacional

- 11.1.1. Cultura organizacional
- 11.1.2. Diseño de estructura organizacional
- 11.1.3. Ventaja competitiva en las organizaciones

11.2. *Cross-cultural management*

- 11.2.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
- 11.2.2. La globalización en la gestión empresarial
- 11.2.2. Liderazgo intercultural

11.3. *General management*

- 11.3.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
- 11.3.2. Política de gestión y procesos
- 11.3.3. *Society and Enterprise*

11.4. Dirección estratégica

- 11.4.1. Establecer la posición estratégica: Misión, visión y valores
- 11.4.2. Desarrollo de nuevos negocios
- 11.4.3. Crecimiento y consolidación de la empresa

11.5. Estrategia competitiva

- 11.5.1. Análisis del mercado
- 11.5.2. Ventaja competitiva sostenible
- 11.5.3. Retorno de la inversión

11.6. Estrategia corporativa

- 11.6.1. *Driving corporate strategy*
- 11.6.2. *Pacing corporate strategy*
- 11.6.3. *Framing corporate strategy*

11.7. Planificación y estrategia

- 11.7.1. Relevancia de la Dirección Estratégica en el proceso de Control de Gestión
- 11.7.2. Análisis del entorno y la organización
- 11.7.3. *Lean Management*

11.8. Implantación de la estrategia

- 11.8.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
- 11.8.2. Mapa estratégico
- 11.8.3. Diferenciación y alineamiento

Módulo 12. Habilidades directivas y liderazgo

12.1. Las personas en las organizaciones

- 12.1.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
- 12.1.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 12.1.3. Coaching y gestión de equipos
- 12.1.4. Gestión de la igualdad y diversidad

12.2. Gestión del talento

- 12.2.1. Gestión del capital humano
- 12.2.2. Entorno, estrategia y métrica
- 12.2.3. Innovación en la gestión de personas

12.3. Desarrollo directivo y liderazgo

- 12.3.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 12.3.2. Motivación
- 12.3.3. Inteligencia emocional
- 12.3.4. Capacidades y habilidades del Líder 2.0
- 12.3.5. Reuniones eficaces

12.4. Gestión del cambio

- 12.4.1. Análisis del rendimiento
- 12.4.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
- 12.4.3. Gestión de procesos de cambio
- 12.4.4. Gestión de equipos multiculturales

12.5. Comunicación estratégica

- 12.5.1. Comunicación interpersonal
- 12.5.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 12.5.3. Comunicación interna y plan de comunicación integral
- 12.5.4. Barreras para la comunicación empresarial

12.6. Negociación y gestión de conflictos

- 12.6.1. Técnicas de negociación efectiva
- 12.6.2. Conflictos interpersonales
- 12.6.3. Negociación intercultural

Módulo 13. Marketing *management* y operaciones

13.1. Marketing *management*

- 13.1.1. *The Customer Relationship Cycle*
- 13.1.2. Individualización vs estandarización
- 13.1.3. CRM *applications and data mining*

13.2. Estrategia y plan de Marketing

- 13.2.1. Investigación de mercados
- 13.2.2. *Digital Marketing and Integrated Communications*
- 13.2.3. *Mobile Marketing*

13.3. Customer *relationship management*

- 13.3.1. Selección del mercado objetivo y posicionamiento del producto
- 13.3.2. Creación del plan de Marketing
- 13.3.3. Diseño y gestión de la cadena de distribución

13.4. Estrategias de internacionalización y Marketing global

- 13.4.1. *The Customer Relationship Cycle*
- 13.4.2. Individualización vs estandarización
- 13.4.3. CRM *applications and data mining*

13.5. Dirección comercial y gestión de venta

- 13.5.1. Planificación de la campaña de ventas
- 13.5.2. Organización comercial y del equipo de ventas
- 13.5.3. Políticas de selección y formación de vendedores

13.6. Supply *chain management*

- 13.6.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 13.6.2. Cambio en los patrones de demanda
- 13.6.3. Cambio en la estrategia de las operaciones
- 13.6.4. Procesos logísticos

13.7. Competir desde operaciones

- 13.7.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
- 13.7.2. Tecnologías y ciencias emergentes
- 13.7.3. Sistemas de información en las operaciones

13.8. Business *information systems*

- 13.8.1. *Project management*
- 13.8.2. *Social media management* y *digital business*
- 13.8.3. *Business intelligence*

Módulo 14. Planificación estratégica y control de gestión

14.1. Control de gestión

- 14.1.1. Política financiera y crecimiento
- 14.1.2. La información como herramienta del control de gestión
- 14.1.3. Control de gestión como sistema de planificación y dirección
- 14.1.4. Funciones del *Controller*
- 14.1.5. Ámbito de aplicación del control de gestión

14.2. Información financiera y decisiones de gestión

- 14.2.1. Contabilidad financiera o legal
- 14.2.2. Contabilidad analítica o de costes
- 14.2.3. Contabilidad de control

14.3. Gestión de tesorería

- 14.3.1. Fondo de maniobra contable y fondo maniobra necesario
- 14.3.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
- 14.3.3. *Credit management*
- 14.3.4. Gestión de fondos, patrimonios y *family offices*

14.4. Cash *management*

- 14.4.1. Financiación bancaria del circulante
- 14.4.2. Organización del departamento de tesorería
- 14.4.3. Gestión centralizada de la tesorería

14.5. Planificación y control de los centros de responsabilidad

- 14.5.1. Diseño de un sistema de control de gestión
- 14.5.2. Desviaciones en control de gestión

14.6. El proceso de formulación y planificación estratégica

- 14.6.1. Formulación y contenido del plan estratégico
- 14.6.2. *Balanced scorecard*
- 14.6.3. Terminología y conceptos básicos

14.7. Planificación organizacional

- 14.7.1. Unidades de negocio y precios de transferencia
- 14.7.2. Centros de fabricación, producción, apoyo y ventas
- 14.7.3. Funciones y responsabilidades de la dirección financiera

14.8. Indicadores como herramienta de control

- 14.8.1. Cuadro de mando
- 14.8.2. Número y formato de los indicadores
- 14.8.3. Planificación estratégica

Módulo 15. Banca y mercados financieros**15.1. El entorno económico y los mercados financieros**

- 15.1.1. Medición de la actividad financiera
- 15.1.2. Principales agregados financieros
- 15.1.3. Mercados y control de los flujos financieros
- 15.1.4. La crisis financiera actual

15.2. Gestión bancaria

- 15.2.1. Titulizaciones
- 15.2.2. Derivados y productos estructurados
- 15.2.3. Financiaciones sindicadas
- 15.2.4. Estudio de la rentabilidad obtenida

15.3. Instrumentos y mercados financieros

- 15.3.1. Renta fija. Valoración y fijación del precio
- 15.3.2. Renta variable
- 15.3.3. Derivados
- 15.3.4. Fondos de inversión

15.4. Análisis y planificación financiera

- 15.4.1. Análisis del balance de situación
- 15.4.2. Análisis de la cuenta de resultados
- 15.4.3. Análisis de la rentabilidad

15.5. Productos financieros

- 15.5.1. Activos de renta fija pública y variada
- 15.5.2. Activos de renta variable
- 15.5.3. Productos financieros derivados
- 15.5.4. Productos financieros estructurados

15.6. Inversión colectiva

- 15.6.1. Productos financieros de inversión colectiva
- 15.6.2. Instituciones nacionales de inversión colectiva
- 15.6.3. Inversión colectiva a nivel internacional

15.7. Gestión de carteras

- 15.7.1. Teoría de carteras
- 15.7.2. Estilos de gestión de renta fija y de variable
- 15.7.3. Estilos de gestión de carteras mixtas
- 15.7.4. Técnicas de *Asset Allocation*

15.8. Banca privada

- 15.8.1. Banca privada o gestión de patrimonios
- 15.8.2. Inversión *retail* e inversión Institucional
- 15.8.3. Activos y estructuras diferenciales

Módulo 16. Riesgo financiero y finanzas corporativas**16.1. Dirección financiera y finanzas corporativas**

- 16.1.1. Gestión empresarial y creación de valor
- 16.1.2. Estructura de capital y apalancamiento financiero
- 16.1.3. Coste de capital medio ponderado
- 16.1.4. *Capital asset pricing model* y otros modelos

16.2. Métodos de valoración de empresas

- 16.2.1. Descuento de dividendos
- 16.2.2. Descuento de flujos
- 16.2.3. Múltiplos comparables

16.3. Operaciones corporativas

- 16.3.1. Fusiones
- 16.3.2. Adquisiciones
- 16.3.3. *Mergers and acquisitions*
- 16.3.4. Régimen tributario de operaciones de reestructuración

16.4. Estudio de otros tipos de empresas

- 16.4.1. Empresas que no cotizan en bolsa
- 16.4.2. PYMES
- 16.4.3. Empresas familiares
- 16.4.4. Fundaciones y entidades sin ánimo de lucro
- 16.4.5. Empresas de economía social

16.5. Estrategia y control de riesgos

- 16.5.1. Sistemas de control de gestión
- 16.5.2. Riesgos y control interno
- 16.5.3. Revisión y auditoría del sistema de control
- 16.5.4. Gestión del riesgo financiero

16.6. Riesgo, rentabilidad y endeudamiento

- 16.6.1. Rentabilidad económica y rentabilidad financiera
- 16.6.2. Rentabilidad financiera y endeudamiento
- 16.6.3. Riesgo y rentabilidad

16.7. Fuentes de financiación

- 16.7.1. Financiación bancaria
- 16.7.2. Emisión de obligaciones y titulización de activos
- 16.7.3. *Private equity* y venture capital
- 16.7.4. Subvenciones y apoyo fiscal

16.8. Operaciones societarias y situación concursal

- 16.8.1. Declaración del concurso y sus efectos
- 16.8.2. Fases de convenio y liquidación
- 16.8.3. El concurso internacional
- 16.8.4. Calificación del concurso
- 16.8.5. Conclusión y reapertura del concurso

Módulo 17. Viabilidad de proyectos de inversión

17.1. La inversión en la empresa

- 17.1.1. Conceptos y clasificación
- 17.1.2. Etapas en el estudio del proyecto de inversión
- 17.1.3. La inversión como operación financiera

17.2. Métodos de valoración económica

- 17.2.1. Plazo de recuperación
- 17.2.2. Flujo de caja total y medio por unidad monetaria comprometida
- 17.2.3. Valor actualizado neto y tasa interna de rentabilidad
- 17.2.4. Plazo de recuperación descontado e índice de rentabilidad
- 17.2.5. Rentabilidad esperada del VAN

17.3. Coste de capital

- 17.3.1. Coste de los recursos ajenos
- 17.3.2. Coste de las acciones preferentes
- 17.3.3. Cálculo del coste de los recursos propios
- 17.3.4. Cálculo del coste total del capital

17.4. Diagnóstico, planificación y control de inversiones

- 17.4.1. Planificación Financiera
- 17.4.2. Planificación Inmobiliaria
- 17.4.3. Planificación Fiscal

17.5. Análisis técnico y análisis fundamental

- 17.5.1. Definición y ámbito de aplicación
- 17.5.2. Estudio de gráficos y tendencias
- 17.5.3. Estudio sectorial y bursátil en el análisis fundamental
- 17.5.4. Ratios y análisis fundamental

17.6. Análisis de inversiones en ambiente de riesgo

- 17.6.1. El ajuste de la tasa de descuento
- 17.6.2. Reducción de los flujos de caja a condiciones de certeza
- 17.6.3. Simulación de escenarios

17.7. Flujos de caja en proyectos de inversión

- 17.7.1. Modelización financiera
- 17.7.2. Elaboración de los flujos de caja
- 17.7.3. Análisis de los flujos de caja del circulante
- 17.7.4. Impuestos e inflación

17.8. Mercado bursátil

- 17.8.1. El acceso a bolsa de las empresas
- 17.8.2. El funcionamiento de las bolsas internacionales
- 17.8.3. Los índices bursátiles
- 17.8.4. La fiscalidad de las inversiones financieras en España

Módulo 18. Ético-jurídico-fiscal

18.1. Práctica societaria

- 18.1.1. Modificaciones estructurales societarias
- 18.1.2. Disolución, liquidación y concurso de acreedores
- 18.1.3. Junta general y órgano de administración

18.2. Práctica tributaria

- 18.2.1. Análisis de las obligaciones tributarias de las empresas
- 18.2.2. Marco jurídico tributario general
- 18.2.3. Informes de revisión de actos administrativos

18.3. Práctica en relaciones laborales

- 18.3.1. Política de contratación y política retributiva
- 18.3.2. Reestructuración y sucesión de empresas
- 18.3.3. Despidos e Indemnizaciones
- 18.3.4. Incumplimientos sociolaborales
- 18.3.5. Negociación colectiva

18.4. Impuesto sobre sociedades

- 18.4.1. Normativa aplicable
- 18.4.2. Discrepancias entre normativa contable y fiscal
- 18.4.3. Regímenes especiales

18.5. Impuesto sobre el valor añadido

- 18.5.1. Normativa aplicable
- 18.5.2. Lugar de realización del hecho imponible, devengo y base imponible
- 18.5.3. Tipos impositivos
- 18.5.4. Regímenes especiales

18.6. Finanzas e inversión responsables

- 18.6.1. *Financial Inclusion*
- 18.6.2. Sostenibilidad y la responsabilidad del director financiero
- 18.6.3. Transparencia en la información
- 18.6.4. Financiación e inversión responsable
- 18.6.5. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa

18.7. Ética empresarial

- 18.7.1. Comportamiento ético en la empresa
- 18.7.2. Deontología y códigos éticos
- 18.7.3. Fraudes y conflictos de interés

18.8. Entorno legal y *Corporate Governance*

- 18.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 18.8.2. Propiedad intelectual e industrial
- 18.8.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 19. Contabilidad directiva**19.1. Fundamentos de contabilidad directiva**

- 19.1.1. Objetivos de la contabilidad directiva
- 19.1.2. Características cualitativas de la información contable
- 19.1.3. Evolución de la contabilidad directiva

19.2. De la contabilidad general a la contabilidad de costes

- 19.2.1. Elementos del cálculo de costes
- 19.2.2. El stock en contabilidad general y en contabilidad de costes
- 19.2.3. El gasto en la contabilidad general y la contabilidad de costes
- 19.2.4. Clasificación de los costes

19.3. Análisis coste-volumen de operaciones-beneficios

- 19.3.1. Características e hipótesis del método coste-volumen-beneficio
- 19.3.2. *Break-even point*
- 19.3.3. Margen de seguridad
- 19.3.4. Situaciones de incertidumbre en el análisis coste-volumen-beneficio

19.4. Sistemas de información y *business intelligence*

- 19.4.1. Fundamentos y clasificación
- 19.4.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 19.4.3. Elección de centro de costes y efecto

19.5. *Direct costing*

- 19.5.1. Resultados analíticos de *direct costing* como herramienta de gestión
- 19.5.2. Costes fijos y variables: Clasificación
- 19.5.3. Margen semibruto para estudio de la productividad
- 19.5.4. Estudio del balance analítico

19.6. Control presupuestario

- 19.6.1. Planificación y control de presupuestos
- 19.6.2. Presupuestos operativos
- 19.6.3. Modos de elaboración de presupuestos
- 19.6.4. Control presupuestario y desviaciones

19.7. Costes estándar

- 19.7.1. Definición y tipos de costes estándar
- 19.7.2. Presupuesto flexible de cargas indirectas
- 19.7.3. Centro de costes totales y modelo de costes completos
- 19.7.4. Desviaciones en el método de costes estándar

19.8. Toma de decisiones en contabilidad de gestión

- 19.8.1. Organización de la producción y costes para la toma de decisiones
- 19.8.2. Análisis de estados económico-financieros y su incidencia en las decisiones empresariales
- 19.8.3. Información financiera para la toma de decisiones en el corto y largo plazo
- 19.8.4. Tratamiento de la incertidumbre en la toma de decisiones
- 19.8.5. Planificación y análisis del coste para la ventaja competitiva

Módulo 20. Contabilidad avanzada I**20.1. Constitución de sociedades**

- 20.1.1. Introducción a la contabilidad de sociedades
- 20.1.2. Capital social
 - 20.1.2.1. Aportaciones dinerarias
 - 20.1.2.2. Aportaciones no dinerarias
- 20.1.3. Constitución de las sociedades anónimas
 - 20.1.3.1. Constitución por fundación simultánea o por convenio
 - 20.1.3.2. Constitución por fundación sucesiva o por suscripción pública

20.2. Autocartera

- 20.2.1. Concepto de autocartera
- 20.2.2. Formas de adquisición de las acciones propias
- 20.2.3. Enajenación de la autocartera
- 20.2.4. Amortización de la autocartera

20.3. Inmovilizado material

- 20.3.1. Introducción al inmovilizado material
- 20.3.2. Valoración inicial del inmovilizado material
 - 20.3.2.1. Precio de adquisición
 - 20.3.2.2. Coste de producción
 - 20.3.2.3. Permutas
 - 20.3.2.4. Aportaciones no dinerarias
- 20.3.3. Valoración posterior del inmovilizado material
 - 20.3.3.1. Amortización
 - 20.3.3.2. Deterioro
- 20.3.4. Baja del inmovilizado material

20.4. Impuesto sobre el Valor Añadido – IVA I

- 20.4.1. El Impuesto sobre el Valor Añadido y sus cuentas
- 20.4.2. El IVA soportado
- 20.4.3. El IVA repercutido
- 20.4.4. La contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido en compras y gastos
- 20.4.5. La contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido en ventas y prestación de servicios

20.5. Impuesto sobre el Valor Añadido – IVA II

- 20.5.1. Regla de la prorrata
 - 20.5.1.1. Prorrata general
 - 20.5.1.2. Prorrata especial
 - 20.5.1.3. Regla de la prorrata en los bienes de inversión
- 20.5.2. Los regímenes especiales
- 20.5.3. Las adquisiciones intracomunitarias, importaciones y exportaciones de bienes

20.6. Impuesto de Sociedades – IS I

- 20.6.1. El Impuesto de Sociedades y sus cuentas
- 20.6.2. Activos y pasivos por impuesto corriente
- 20.6.3. Activos y pasivos por impuesto diferido
- 20.6.4. Valoración de activos y pasivos por impuesto corriente e impuesto diferido

20.7. Impuesto de Sociedades – IS II

- 20.7.1. Bases imponibles negativas
- 20.7.2. Ajustes del Impuesto de Sociedades
 - 20.7.2.1. Diferencias permanentes
 - 20.7.2.2. Diferencias temporarias

20.8. Financiación I

- 20.8.1. Introducción a la financiación de las sociedades
- 20.8.2. Reservas
 - 20.8.2.1. Cuenta 110: Prima de Emisión
 - 20.8.2.2. Cuenta 111: Reserva Legal
 - 20.8.2.3. Cuenta 113: Reserva Voluntaria
 - 20.8.2.4. Cuenta 114: Reservas Especiales
 - 20.8.2.5. Cuenta 118: Aportaciones de socios o propietarios
- 20.8.3. Resultados pendientes de aplicación
 - 20.8.3.1. Cuenta 120: Remanente
 - 20.8.3.2. Cuenta 121: Resultados negativos de ejercicios anteriores
 - 20.8.3.3. Cuenta 129: Resultado del ejercicio
- 20.8.4. Subvenciones de capital en PYMES

20.9. Financiación II

- 20.9.1. Provisiones
- 20.9.2. Deudas a largo plazo
 - 20.9.2.1. Deudas a largo plazo con características especiales
 - 20.9.2.2. Deudas a largo plazo con partes vinculadas
 - 20.9.2.3. Deudas a largo plazo por préstamos recibidos, empréstitos y otros conceptos
- 20.9.3. Fianzas
 - 20.9.3.1. Cuenta 180: Fianzas recibidas a largo plazo
 - 20.9.3.2. Cuentas 181: Anticipos recibidos por ventas o prestaciones de servicios a largo plazo
 - 20.9.3.3. Cuenta 189: Garantías financieras a largo plazo
- 20.9.4. Situaciones transitorias de financiación

20.10. Cuentas financieras I

- 20.10.1. Empréstitos, deudas con características especiales y otras emisiones análogas a corto plazo
- 20.10.2. Deudas a corto plazo con partes vinculadas
- 20.10.3. Deudas a corto plazo por préstamos recibidos y otros conceptos
- 20.10.4. Inversiones financieras a corto plazo con partes vinculadas

Módulo 21. Contabilidad de gestión para la toma de decisiones**21.1. Fundamentos conceptuales**

- 21.1.1. La contabilidad analítica: Concepto, evolución y ámbito de estudio
- 21.1.2. Objetivos y usuarios
- 21.1.3. Relaciones y diferencias entre contabilidad analítica y contabilidad financiera

21.2. El coste: Conceptos básicos

- 21.2.1. Concepto de coste y magnitudes que lo integran
- 21.2.2. Relatividad de las cifras de coste
- 21.2.3. Itinerario contable de los costes: La conexión costes-activo-resultados
- 21.2.4. El concepto de gasto y su relación con el de coste

21.3. Modelo básico de acumulación de costes y resultados

- 21.3.1. El flujo contable de los costes: Identificación, periodificación, clasificación y localización de los componentes
- 21.3.2. El análisis de la actividad como base generadora de los costes
- 21.3.3. La relación costes-actividad-producción. La problemática de los costes indirectos
- 21.3.4. Estructura del modelo básico de acumulación: El análisis por funciones
- 21.3.5. Concepto y objetivos de la clasificación de los costes por funciones
 - 21.3.5.1. Principales funciones que integran la actividad de explotación de la empresa y criterios para la delimitación e imputación de sus costes
 - 21.3.5.2. La asignación de costes a coste completo industrial
- 21.3.6. Cuenta de resultados funcional: Concepto y estructura

21.4. Valoraciones de almacenes

- 21.4.1. Las existencias
- 21.4.2. Métodos de valoración

21.5. La producción en curso y perdida

- 21.5.1. Valoración de las existencias finales de producción en curso
- 21.5.2. Valoración de las existencias iniciales de producción en curso
- 21.5.3. Valoración de la producción perdida

21.6. Sistema de producción multifásica

- 21.6.1. Introducción
- 21.6.2. Los productos semiterminados
- 21.6.3. Modelo de producción multifásica
- 21.6.4. Producción multifásica en serie
- 21.6.5. Producción multifásica en paralelo

21.7. Modelo de costes variables

- 21.7.1. Fundamentos conceptuales
- 21.7.2. Acumulación de costes y estructura de la cuenta de resultados
- 21.7.3. El margen de contribución como instrumento de análisis de rentabilidad y toma de decisiones
- 21.7.4. Localización y análisis de costes por centros en el marco del modelo de costes variables
- 21.7.5. «*Direct costing*» y análisis coste-volumen-beneficio: Modelo básico de análisis coste-volumen-beneficio
- 21.7.6. Determinación del umbral de rentabilidad
- 21.7.7. Limitaciones del modelo de costes variables

21.8. Toma de decisiones bajo costes variables

- 21.8.1. La actividad y la capacidad conceptos básicos para el análisis y control de gestión
- 21.8.2. Comportamiento de los costes y las variaciones en el nivel de actividad: Costes fijos y costes variables
- 21.8.3. Aplicaciones del «*direct costing*» a las decisiones sobre precios y productos
- 21.8.4. El aprovechamiento de la capacidad instalada como marco condicionante de decisiones empresariales: Criterios de decisión en situaciones de baja ocupación y de plena ocupación
- 21.8.5. Decisiones sobre fabricar, subcontratar o comprar
- 21.8.6. Decisiones sobre continuar el procesamiento del producto o venderlo con un grado de elaboración menor
- 21.8.7. Decisiones sobre aceptación o rechazo de pedidos especiales

21.9. Modelo de costes estándares

- 21.9.1. Las desviaciones
 - 21.9.1.1. Desviaciones en costes directos
 - 21.9.1.2. Desviaciones en costes indirectos

21.10. Modelo de costes basado en la imputación racional

- 21.10.1. El aprovechamiento de la capacidad instalada como factor de eficiencia: Capacidad utilizada y capacidad ociosa: Su incidencia en los costes
- 21.10.2. Los costes de subactividad
- 21.10.3. El método de imputación racional para la asignación de costes
 - 21.10.3.1. Fundamento conceptual
 - 21.10.3.2. Imputación de los costes
 - 21.10.3.3. Estructura de la cuenta de resultados
- 21.10.4. Aportaciones del método para el análisis y el control de gestión

Módulo 22. Contabilidad avanzada II

22.1. Cuentas financieras II

- 22.1.1. Otras inversiones financieras temporales
- 22.1.2. Otras cuentas no bancarias
- 22.1.3. Fianzas y depósitos recibidos y constituidos a corto plazo y ajustes por periodificación
- 22.1.4. Tesorería
- 22.1.5. Activos no corrientes mantenidos para la venta y activos y pasivos asociados
- 22.1.6. Deterioro del valor de inversiones financieras a corto plazo

22.2. Combinación de negocios I

- 22.2.1. Introducción a la combinación de negocios
- 22.2.2. Clasificación de las combinaciones de negocios
- 22.2.3. El método de adquisición
 - 22.2.3.1. Determinación de la empresa adquirente
 - 22.2.3.2. Identificación de la fecha de adquisición
 - 22.2.3.3. Coste de la combinación de negocios
 - 22.2.3.4. Reconocimiento del fondo de comercio o diferencia negativa
- 22.2.4. Contabilidad provisional
- 22.2.5. Combinación de negocios realizadas por etapas

22.3. Combinación de negocios II

- 22.3.1. Concepto de la fusión de sociedades y sus tipos
- 22.3.2. El proyecto de fusión
- 22.3.3. El balance de fusión
- 22.3.4. La aprobación de la fusión
- 22.3.5. Formalización e inscripción del acuerdo de fusión
- 22.3.6. Efectos de la fusión
- 22.3.7. Clases de fusión
 - 22.3.7.1. Fusión directa
 - 22.3.7.2. Fusión indirecta
 - 22.3.7.3. Fusión por etapas
 - 22.3.7.4. Fusión gemelar
 - 22.3.7.5. Fusión inversa

22.4. Combinación de negocios III

- 22.4.1. Concepto de la escisión de sociedades
- 22.4.2. Régimen jurídico de la escisión
- 22.4.3. Efectos de la escisión
- 22.4.4. Clases de escisión
 - 22.4.4.1. Escisión total
 - 22.4.4.2. Escisión parcial

22.5. Combinación de negocios IV

- 22.5.1. Concepto de segregación de sociedades
- 22.5.2. Segregación parcial

22.6. Concurso de acreedores

- 22.6.1. Concepto de concurso de acreedores
- 22.6.2. Clases de concurso
- 22.6.3. La administración concursal
- 22.6.4. Consecuencias de la declaración concursal
- 22.6.5. Esquema contable

22.7. Introducción a la revisión de cuentas anuales

- 22.7.1. Las cuentas anuales
- 22.7.2. Concepto de auditoría
- 22.7.3. Objetivos de la revisión de cuentas anuales
- 22.7.4. Principios fundamentales contables y éticos
- 22.7.5. Marco normativo
 - 22.7.5.1. Marco normativo de información financiera de imagen fiel
 - 22.7.5.2. Marco normativo de información financiera de cumplimiento
 - 22.7.5.3. Marco normativo de información financiera adecuado
 - 22.7.5.4. Marco normativo de información financiera inadecuado
 - 22.7.5.5. Marco normativo de información financiera que resulta de aplicación para empresas en liquidación

- 22.7.6. Normativa reguladora de ámbito nacional e internacional
 - 22.7.6.1. Ley 19/1988 de Auditoría de Cuentas (LAC 19/1988)
 - 22.7.6.2. Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas (LAC)
 - 22.7.6.3. Real Decreto 1517/2011, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla el texto refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas (RAC)
 - 22.7.6.4. Normas internacionales de auditoría adoptadas por la Unión Europea (NIA)
 - 22.7.6.5. Normas técnicas de auditoría (NTA)
 - 22.7.6.6. Usos y costumbres
 - 22.7.6.7. Normas de ética

22.8. Partes implicadas en la revisión de cuentas anuales

- 22.8.1. Entidades obligadas a someterse a auditorías de cuentas anuales
- 22.8.2. Los auditores de cuentas
 - 22.8.2.1. Requisitos para el ejercicio de la auditoría
 - 22.8.2.2. Responsabilidad de los auditores
 - 22.8.2.3. Deber de los auditores
 - 22.8.2.3.1. Deber de independencia
 - 22.8.2.3.2. Deber de conservación y custodia
 - 22.8.2.3.3. Deber de secreto
 - 22.8.2.3.4. Deber de escepticismo y juicio profesional

22.9. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)

- 22.9.1. Naturaleza del ICAC
- 22.9.2. Funciones del ICAC
- 22.9.3. Régimen de supervisión
- 22.9.4. Régimen sancionador

22.10. Informe de auditoría de cuentas anuales

- 22.10.1. Estructura del informe de auditoría
 - 22.10.1.1. Elementos básicos del informe de la auditoría de cuentas anuales
- 22.10.2. Otros aspectos
- 22.10.3. Modelo de informe de auditoría

Módulo 23. Contabilidad y fiscalidad

23.1. El Plan General de Contabilidad

- 23.1.1. Marco normativo
- 23.1.2. Estructura del PGC
- 23.1.3. Marco conceptual de la contabilidad
 - 23.1.3.1. Cuentas anuales e imagen fiel
 - 23.1.3.2. Requisitos de la información a incluir en las cuentas anuales
 - 23.1.3.3. Principios contables
 - 23.1.3.4. Elementos de las cuentas anuales
 - 23.1.3.5. Criterios de registro o reconocimiento contable de los elementos de las cuentas anuales
 - 23.1.3.6. Criterios de valoración
 - 23.1.3.7. Principios y normas de contabilidad generalmente aceptados
- 23.1.4. Normas de registro y valoración
- 23.1.5. Cuentas anuales

23.2. Tratamiento contable de compras y ventas de existencias

- 23.2.1. Normas de registro y valoración de las existencias
- 23.2.2. Métodos de asignación de valor de las existencias
- 23.2.3. Cuentas de gastos e ingresos relacionados con las existencias
- 23.2.4. Valoración de existencias y correcciones valorativas
- 23.2.5. El IVA en las compras y ventas

23.3. Tratamiento contable de acreedores y deudores por operaciones comerciales

- 23.3.1. Normas de registro y valoración de instrumentos financieros
- 23.3.2. Operaciones corrientes
- 23.3.3. Operaciones comerciales con intereses por aplazamiento. *Factoring*
- 23.3.4. Operaciones en moneda extranjera
- 23.3.5. Cuentas de personal y administraciones públicas
- 23.3.6. Periodificación
- 23.3.7. Correcciones valorativas

23.4. Tratamiento contable del inmovilizado no financiero

- 23.4.1. Normas de registro y valoración de inmovilizado no financiero
- 23.4.2. Inmovilizado en curso
- 23.4.3. Inversiones inmobiliarias
- 23.4.4. Inmovilizado intangible
- 23.4.5. Correcciones valorativas
- 23.4.6. Activos mantenidos para la venta
- 23.4.7. Arrendamiento financiero

23.5. Tratamiento contable de los instrumentos financieros

- 23.5.1. Normas de registro y valoración de instrumentos financieros
- 23.5.2. Clasificación de instrumentos financieros
 - 23.5.2.1. Inversiones mantenidas hasta el vencimiento
 - 23.5.2.2. Activos financieros mantenidos para negociar
 - 23.5.2.3. Activos financieros disponibles para la venta
 - 23.5.2.4. Inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociadas
 - 23.5.2.5. Créditos no comerciales
 - 23.5.2.6. Créditos, préstamos y otros débitos
 - 23.5.2.7. Empréstitos y otras emisiones análogas
 - 23.5.2.8. Pasivos financieros mantenidos para negociar
- 23.5.3. Fianzas, depósitos y otras cuentas no bancarias
- 23.5.4. Ajustes por periodificación

23.6. Tratamiento contable de fondos propios, subvenciones y provisiones

- 23.6.1. Fuentes de financiación propias
- 23.6.2. Instrumentos de patrimonio
- 23.6.3. Subvenciones, donaciones y legados
- 23.6.4. Provisiones y pagos basados en instrumentos del patrimonio

23.7. Tratamiento contable de gastos e ingresos y operaciones derivadas del din del ejercicio económico

- 23.7.1. Tratamiento contable de gastos
 - 23.7.1.1. Compras de existencias
 - 23.7.1.2. Servicios exteriores
 - 23.7.1.3. Tributos
 - 23.7.1.4. Gastos de personal
 - 23.7.1.5. Otros gastos de gestión
 - 23.7.1.6. Gastos financieros
 - 23.7.1.7. Pérdidas procedentes de activos no corrientes y gastos excepcionales
- 23.7.2. Tratamiento contable de ingresos
 - 23.7.2.1. Ventas de existencias
 - 23.7.2.2. Trabajos realizados para la empresa
 - 23.7.2.3. Subvenciones, donaciones y legados
 - 23.7.2.4. Otros ingresos de gestión
 - 23.7.2.5. Ingresos financieros
 - 23.7.2.6. Beneficios procedentes de activos no corrientes e ingresos
- 23.7.3. Operaciones derivadas del fin del ejercicio económico
 - 23.7.3.1. Variación de existencias
 - 23.7.3.2. Amortizaciones
 - 23.7.3.3. Pérdidas por deterioro y otras dotaciones
 - 23.7.3.4. Reversión del deterioro y exceso de provisiones

23.8. Introducción al sistema tributario español. Impuestos locales

- 23.8.1. Sistema tributario español
- 23.8.2. Normativa aplicable
- 23.8.3. Impuesto de Actividades Económicas
- 23.8.4. Impuesto sobre Bienes Inmuebles
- 23.8.5. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

23.9. Impuesto sobre sociedades

- 23.9.1. Normativa aplicable
- 23.9.2. Diferencias entre resultado contable y fiscal
 - 23.9.2.1. Amortizaciones
 - 23.9.2.2. Arrendamientos financieros
 - 23.9.2.3. Correcciones de valor por deterioro y provisiones
 - 23.9.2.4. Gastos no deducibles
- 23.9.3. Deuda tributaria. Deducciones y bonificaciones
- 23.9.4. Retenciones y pagos a cuenta
- 23.9.5. Incentivos fiscales de reducida dimensión

23.10. Impuesto sobre la renta de las personas físicas

- 23.10.1. Normativa aplicable
- 23.10.2. Conceptos generales
 - 23.10.2.1. Tipos de rentas
 - 23.10.2.2. Rentas no sujetas y exentas
- 23.10.3. Tipos de rentas
 - 23.10.3.1. Rendimientos del trabajo
 - 23.10.3.2. Rendimientos del capital inmobiliario
 - 23.10.3.3. Rendimientos del capital mobiliario
 - 23.10.3.4. Rendimientos de actividades económicas
 - 23.10.3.5. Ganancias y pérdidas patrimoniales
 - 23.10.3.6. Imputación de rentas
 - 23.10.3.7. Liquidación del impuesto
 - 23.10.3.7.1. Base liquidable
 - 23.10.3.7.2. Mínimo personal y familiar
 - 23.10.3.7.3. Cuota íntegra
 - 23.10.3.7.4. Cuota líquida
 - 23.10.3.7.5. Cuota diferencia

Módulo 24. Análisis de estados económicos-financieros**24.1. La información contable contenida en los estados financieros**

- 24.1.1. Objetivos generales de la información contable
- 24.1.2. El Balance: Naturaleza, significado y componentes
- 24.1.3. La Cuenta de Resultados: Naturaleza, significado y componentes
- 24.1.4. El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto: Significado y componentes
- 24.1.5. El Estado de Flujos de Efectivo: Significado y componentes

24.2. Las técnicas del análisis económico-financiero

- 24.2.1. Objetivos del análisis económico-financiero
- 24.2.2. Métodos de análisis
- 24.2.3. Análisis económico y análisis financiero
- 24.2.4. Clasificación financiera del balance
- 24.2.5. Estructura económica de la cuenta de resultados

24.3. Análisis de la situación financiera a corto plazo I

- 24.3.1. El equilibrio a corto plazo
- 24.3.2. El Fondo de Maniobra o Capital Circulante
- 24.3.3. El Periodo medio de maduración o el ciclo de explotación
- 24.3.4. El Fondo de Maniobra necesario

24.4. Análisis de la situación financiera a corto plazo II

- 24.4.1. Los ratios: concepto y significado
- 24.4.2. Principales ratios utilizados en el análisis de los estados financieros: Solvencia y liquidez
- 24.4.3. Ratios de giro de los componentes del Capital Circulante

24.5. Análisis de la situación financiera a largo plazo I

- 24.5.1. Estructura Económico-Financiera: Activo, Pasivo y Patrimonio Neto
- 24.5.2. Relación entre Pasivo y Patrimonio Neto
- 24.5.3. Garantía y Endeudamiento
- 24.5.4. El efecto apalancamiento

24.6. Análisis de la situación financiera a largo plazo II

- 24.6.1. Análisis de la generación de beneficios
- 24.6.2. Análisis de la generación de fondos

24.7. Análisis de la situación económica: Rentabilidades

- 24.7.1. La Rentabilidad de la Inversión (ROI) y sus componentes
- 24.7.2. La Rentabilidad Financiera o de los Fondos propios (ROE)
- 24.7.3. La Rentabilidad para el accionista

24.8. Aplicación de los conceptos de ROA y ROE: El coste medio ponderado de capital

- 24.8.1. El coste medio ponderado de capital
- 24.8.2. Los factores que determinan el coste de capital
- 24.8.3. El cálculo del coste del capital
- 24.8.4. La determinación del coste de cada fuente financiera

24.9. Cuantificación de los efectos financieros y económicos que tienen las decisiones de inversión y financiación

- 24.9.1. Planteamiento de la cuestión a través de un ejemplo
- 24.9.2. El apalancamiento financiero
- 24.9.3. La estructura financiera

24.10. Análisis global de los estados financieros: Caso práctico

Módulo 25. Análisis de gestión de instrumentos financieros

25.1. Introducción al sistema financiero e instituciones

- 25.1.1. Cuestiones generales
- 25.1.2. Organización del sistema financiero
- 25.1.3. Instituciones financieras
- 25.1.4. Mercados financieros
- 25.1.5. Activos financieros
- 25.1.6. El sistema financiero español

25.2. Deuda Pública a corto plazo

- 25.2.1. Introducción
- 25.2.2. Las Letras del Tesoro: Definición y características
- 25.2.3. Las Letras del Tesoro: Forma de emisión
- 25.2.4. Mercado secundario de letras del Tesoro

25.3. Deuda Pública a largo plazo

- 25.3.1. Introducción
- 25.3.2. Bonos y Obligaciones del Estado: Definición y características
- 25.3.3. Bonos y Obligaciones: Forma de emisión
- 25.3.4. Mercados secundarios de Bonos y Obligaciones del Estado

25.4. Deuda Corporativa a corto plazo

- 25.4.1. Introducción
- 25.4.2. Pagarés de Empresa y otros activos empresariales a corto plazo: Definición y características
- 25.4.3. Pagarés de Empresa: Forma de emisión
- 25.4.4. Mercados secundarios de Pagarés de Empresa

25.5. Deuda Corporativa a largo plazo

- 25.5.1. Introducción
- 25.5.2. Bonos y Obligaciones Corporativos: Definición y características
- 25.5.3. Bonos y Obligaciones Corporativos: Forma de emisión
- 25.5.4. Mercados secundarios de Deuda Corporativa

25.6. La renta variable: Acciones

- 25.6.1. Introducción
- 25.6.2. ¿Qué son las acciones?
- 25.6.3. Valoración de Opciones
- 25.6.4. Vigilancia y supervisión oficial del mercado
- 25.6.5. Las Empresas de Servicios de Inversión
- 25.6.6. Ofertas públicas con acciones: OPA, OPE, OPS y OPV
- 25.6.7. Operativa de Crédito al Mercado

25.7. Las Divisas

- 25.7.1. Introducción a Divisas
- 25.7.2. El Tipo de Cambio
- 25.7.3. Factores que afectan al Tipo de Cambio
- 25.7.4. Operaciones con Divisas
- 25.7.5. Características del Mercado de Divisas

25.8. Instrumentos derivados: Forwards y Futuros

- 25.8.1. Introducción a los derivados
- 25.8.2. Mercado Español de Futuros Financieros (MEFF)
- 25.8.3. Los Forwards. Definición y estrategias
- 25.8.4. Los Futuros. Definición y Estrategias
- 25.8.5. Ejemplos de operaciones con Forwards y Futuros

25.9. Instrumentos derivados: Opciones

- 25.9.1. Introducción a las Opciones
- 25.9.2. Posiciones básicas con Opciones
- 25.9.3. Valor Intrínseco y Valor Temporal en Opciones
- 25.9.4. Ejemplos de operaciones con Opciones

25.10. Instrumentos derivados: Swaps

- 25.10.1. Introducción a las permutas financieras o *Swaps*
- 25.10.2. Características de las operaciones *Swap*
- 25.10.3. Clases de *Swaps*
- 25.10.4. Ejemplos de operaciones con *Swaps*

Módulo 26. Combinaciones de negocios y valoración de empresas

26.1. Razones estratégicas para la adquisición y valoración de una empresa

- 26.1.1. Motivos para valorar una empresa: El proceso de compraventa como herramienta de crecimiento
- 26.1.2. Financiación apalancada. Capital riesgo (*venture capital, private equity, family offices*)
- 26.1.3. Tipos de Operaciones, *Buy out*: LBO, MBO, MBI y BIMBO
- 26.1.4. Aspectos clave en los procesos de fusiones y adquisiciones
- 26.1.5. Nuevas formas de inversión en capital privado, el *crowdfunding*

26.2. Metodologías de valoración del mercado

- 26.2.1. Valoración por múltiplos de empresas cotizadas
- 26.2.2. Valoración por múltiplos de transacciones privadas versus mercados cotizados: La prima de iliquidez
- 26.2.3. Fórmulas analíticas de los múltiplos
- 26.2.4. Casos prácticos

26.3. Metodología de Flujo de Caja Descontado (DCF)

- 26.3.1. Método de descuento de Flujos de Caja Libre
- 26.3.2. El Flujo de Caja Libre
- 26.3.3. La Tasa de Inversión Neta (TIN)
- 26.3.4. El valor residual
- 26.3.5. La tasa de descuento, coste medio ponderado del capital o WACC
- 26.3.6. El valor de la empresa
- 26.3.7. Cálculo de la deuda financiera neta, los pasivos contingentes y el valor de las acciones
- 26.3.8. Casos prácticos

26.4. Una visión más profunda: Modelización de la empresa a valorar

- 26.4.1. Análisis de la información contable, cálculo de tendencias. TAC's y promedios: Identificación de los "*value drivers*"
- 26.4.2. Proyecciones de ingresos por líneas de negocio, costes directos e indirectos
- 26.4.3. Proyecciones de EBITDA, en función de históricos, tendencias de mercado y plan estratégico de la compañía
- 26.4.4. Hipótesis de amortizaciones y necesidades de inversión
- 26.4.5. Cálculo del periodo medio de maduración histórico
- 26.4.6. Cálculo del Fondo de Maniobra Necesario
- 26.4.7. Flujo de Caja Libre, Flujo de Caja de la Deuda y Flujo de Caja del Accionista
- 26.4.8. Proyecciones del *balance*

26.5. Análisis e inclusión del riesgo en una compraventa

- 26.5.1. Una visión más exhaustiva del coste medio ponderado del capital
- 26.5.2. El coste de los recursos ajenos
- 26.5.3. El coste de los recursos propios, la metodología del dividendo
- 26.5.4. El CAPM para calcular el coste del capital de empresas cotizadas
- 26.5.5. Cálculo de la Beta para empresas no cotizadas a partir de datos de cotizadas
- 26.5.6. El CAPM para empresas no cotizadas: primas de tamaño y primas de iliquidez
- 26.5.7. Casos prácticos

26.6. Incertidumbre y riesgo, la inclusión de la aleatoriedad

- 26.6.1. Creación de escenarios, cálculo y uso de la volatilidad para crear intervalos de valor
- 26.6.2. Simulación Montecarlo
- 26.6.3. Análisis de sensibilidad
- 26.6.4. Precio vs valor: El valor de las sinergias. Reducción del riesgo a través de la forma de pago
- 26.6.5. Casos prácticos

26.7. Solución de dos casos prácticos integrados

- 26.7.1. Valoración de una empresa del sector servicios
- 26.7.2. Valoración de una empresa de producción

26.8. Otras metodologías de valoración

- 26.8.1. Metodología del "*equity*"
- 26.8.2. Metodología del EVA

26.9. Las combinaciones de negocios en los estados contables

- 26.9.1. IFRS 3, IFRS 13, NIC 38
- 26.9.2. El Fondo de Comercio
- 26.9.3. Reconocimiento de otros activos intangibles

26.10. Valoración de intangibles

- 26.10.1. La marca como activo intangible líder, resto de intangibles que conforman el valor de una empresa: El método del exceso de beneficio en periodos múltiples
- 26.10.2. Métodos para calcular el valor de la marca
 - 26.10.2.1. Método del *royalty*
 - 26.10.2.2. Método *Interbrand*

Módulo 27. Consolidación de estados financieros

27.1. La consolidación contable. Introducción

- 27.1.1. Introducción
 - 27.1.1.1. Concepto de consolidación
 - 27.1.1.2. Normativa para la formulación de las cuentas anuales consolidadas
- 27.1.2. Sujetos de la consolidación
- 27.1.3. Obligación de consolidar
- 27.1.4. Métodos de consolidación

27.2. Método de integración global. Parte I

- 27.2.1. Introducción
- 27.2.2. Homogeneizaciones
- 27.2.3. Agregaciones y método de adquisición
- 27.2.4. Eliminaciones

27.3. Método de integración global. Parte II

- 27.3.1. Introducción
- 27.3.2. Escenario 1: Variación de la inversión sin modificación del porcentaje de participación. Modificaciones de la participación
- 27.3.3. Escenario 2: Variación en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
 - 27.3.3.1. Incremento en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
 - 27.3.3.2. Decremento en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
- 27.3.4. Escenario 3: Disminución del porcentaje de participación que supone pérdida de control
- 27.3.5. Casos particulares y excepciones al método de adquisición

27.4. Método de integración global. Parte III

- 27.4.1. Introducción
- 27.4.2. Casos particulares
 - 27.4.2.1. Participaciones indirectas
 - 27.4.2.2. Adquisiciones inversas
 - 27.4.2.3. Otras adquisiciones

27.5. Método de integración global. Parte IV

- 27.5.1. Introducción
- 27.5.2. Eliminaciones de partidas intragrupo y de resultados
- 27.5.3. Operaciones intragrupo no financieras

27.6. Método de integración global. Parte V

- 27.6.1. Introducción
- 27.6.2. Eliminaciones No Patrimoniales
- 27.6.3. Operaciones intragrupo financieras

27.7. Procedimiento de puesta en equivalencia

- 27.7.1. Introducción. Descripción del procedimiento
- 27.7.2. Valoración en ejercicios posteriores mediante procedimiento de puesta en equivalencia
- 27.7.3. Operaciones intragrupo entre sociedades puestas en equivalencia y empresas del grupo
- 27.7.4. Modificación de la participación
- 27.7.5. Deterioros de valor y pérdida de condición de multigrupo asociada

27.8. Método de integración proporcional

- 27.8.1. Definición y criterios aplicables
- 27.8.2. Aportaciones no dinerarias
- 27.8.3. Negocios conjuntos mantenidos para la venta
- 27.8.4. Otros
- 27.8.5. Inversiones y desinversiones en entidades bajo control conjunto
- 27.8.6. Participaciones previas a la consideración de multigrupo
- 27.8.7. Pérdida de condición multigrupo
- 27.8.8. Extinción de la relación de control conjunto

27.9. Otras normas aplicables a la consolidación

- 27.9.1. Introducción
- 27.9.2. Conversión de cuentas anuales en moneda extranjera (arts. 59 a 67)
- 27.9.3. Otras normas aplicables a la consolidación

27.10. Cuentas anuales consolidadas

- 27.10.1. Introducción
- 27.10.2. Normas generales de las cuentas anuales consolidadas
- 27.10.3. El Balance de Situación consolidado
- 27.10.4. La Cuenta de P y G consolidada
- 27.10.5. Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado
- 27.10.6. Estado de flujos de efectivo consolidado
- 27.10.7. La Memoria consolidada

Módulo 28. Planificación financiero-contable para la toma de decisiones empresariales

28.1. La planificación económico-financiera en la empresa

- 28.1.1. La importancia de la planificación económico-financiera
- 28.1.2. Consideraciones generales sobre la estrategia empresarial
- 28.1.3. El papel de los presupuestos en la planificación
- 28.1.4. Centros de control de la empresa y de áreas de responsabilidad

28.2. Estructura y proceso presupuestario

- 28.2.1. El presupuesto maestro de la empresa
 - 28.2.1.1. Presupuesto operativo
 - 28.2.1.2. Presupuesto de inversión/desinversión
- 28.2.2. Presupuesto de tesorería
- 28.2.3. Clasificación y técnicas de elaboración presupuestaria
 - 28.2.3.1. Presupuestos base cero
 - 28.2.3.2. Presupuestos basados en actividades
 - 28.2.3.3. Presupuestos flexibles
- 28.2.4. Errores a evitar en el proceso presupuestario

28.3. Pasos para la elaboración de un presupuesto de explotación I

- 28.3.1. Presupuesto de ingresos
- 28.3.2. Presupuesto de producción
 - 28.3.2.1. Determinación de existencias
 - 28.3.2.2. Presupuesto de compras
 - 28.3.2.3. MOD

28.4. Pasos para la elaboración de un presupuesto de explotación II

- 28.4.1. Presupuestos de distribución
- 28.4.2. Presupuestos comerciales
- 28.4.3. Presupuestos de gastos generales

28.5. El presupuesto de capital

- 28.5.1. El presupuesto de capital desde la perspectiva contable
- 28.5.2. Los empleos
 - 28.5.2.1. Gastos de inversión
 - 28.5.2.2. Necesidades netas de capital corriente
 - 28.5.2.3. Las amortizaciones financieras
- 28.5.3. Los recursos financieros
 - 28.5.3.1. La autofinanciación
 - 28.5.3.2. La financiación externa
 - 28.5.3.3. Recursos extraordinarios

28.6. El presupuesto de tesorería

- 28.6.1. Estado de flujos de efectivo de explotación
- 28.6.2. Estado de flujos de efectivo de inversión/desinversión
- 28.6.3. Estado de flujos de efectivo provenientes de actividades de financiación

28.7. La elaboración de los estados financieros provisionales

- 28.7.1. La cuenta de pérdidas y ganancias provisional
- 28.7.2. El Balance Provisional
- 28.7.3. El estado de tesorería

28.8. Instrumentos y herramientas de análisis en el control presupuestario operativo

- 28.8.1. El uso de presupuesto flexible para el cálculo de variaciones
- 28.8.2. Cálculo de las variaciones para el volumen, precio y eficiencia de las partidas
- 28.8.3. Cálculo de costes estándar y tasas presupuestadas

28.9. El control presupuestario de explotación a través de casos prácticos

- 28.9.1. Desviaciones en el presupuesto de ventas
- 28.9.2. Desviaciones en los costes directos
- 28.9.3. Desviaciones en el presupuesto de costes indirectos
- 28.9.4. Desviaciones en el presupuesto costes indirectos fijos
- 28.9.5. Interpretación de las variaciones

28.10. El presupuesto de la empresa y el cuadro de mando integral

- 28.10.1. Consideraciones generales sobre la estrategia empresarial
- 28.10.2. Qué es el cuadro de mando integral
- 28.10.3. Elaboración del CMI y principales indicadores

Módulo 29. Creación y financiación de startups

29.1. Creación de una startup

- 29.1.1. De la idea al modelo empresarial
- 29.1.2. Los socios
- 29.1.3. Consideraciones jurídicas
- 29.1.4. Organización y cultura
- 29.1.5. Capital riesgo y gestión emprendedora
- 29.2. Gestión financiera y administración de startups
 - 29.2.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
 - 29.2.2. Métricas financieras para startups
 - 29.2.3. Planificación financiera: Modelos de proyecciones y su interpretación
 - 29.2.4. Métodos de valoración
 - 29.2.5. Aspectos legales

29.3. El plan de negocio

- 29.3.1. Contenido
- 29.3.2. Presentación
- 29.3.3. SWOT
- 29.3.4. Modelo Canvas

29.4. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación

- 29.4.1. Fase de *Seed*
- 29.4.2. Fase de *Startup*
- 29.4.3. Fase de *Growth*
- 29.4.4. Fase de Consolidación
- 29.5. Financiación de startups
 - 29.5.1. Financiación bancaria
 - 29.5.2. Subvenciones
 - 29.5.3. Capital semilla y aceleradoras. *Business Angels*
 - 29.5.4. Venture Capital. IPO
 - 29.5.5. *Public to Private Partnership*

29.6. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales

- 29.6.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
- 29.6.2. Entidades de *Venture Capital* nacionales e internacionales
- 29.6.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc. Bstartup
- 29.6.4. FOND-ICO Global
- 29.6.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & play

Módulo 30. Normativa internacional**30.1. Arquitectura contable internacional. Marco conceptual**

- 30.1.1. Características generales
- 30.1.2. Objetivo de la información financiera con propósito general
- 30.1.3. Características cualitativas de la información financiera útil
- 30.1.4. Elementos de los estados financieros

30.2. Presentación de estados financieros (NIC 1, NIIF 1)

- 30.2.1. Introducción: Objetivo, alcance
- 30.2.2. Definiciones
- 30.2.3. Estados financieros
- 30.2.4. Estructura y contenido

30.3. Estado de Flujo de Efectivo (NIC7)

- 30.3.1. Introducción: Objetivo, alcance
- 30.3.2. Presentación de un Estado de Flujos de Efectivo
- 30.3.3. Información sobre Flujos de Efectivo de las actividades de operación
- 30.3.4. Información sobre Flujos de Efectivo de las actividades de inversión y financiación

30.4. Inventarios (NIC 2)

- 30.4.1. Introducción: Objetivo, alcance
- 30.4.2. Definiciones
- 30.4.3. Medición de los inventarios
- 30.4.4. Reconocimiento como un gasto

30.5. Propiedades, planta y equipo (NIC 16)

- 30.5.1. Objetivo
- 30.5.2. Alcance
- 30.5.3. Definiciones
- 30.5.4. Reconocimiento
- 30.5.5. Medición en el momento del reconocimiento
- 30.5.6. Medición posterior del reconocimiento
- 30.5.7. Baja en cuentas

30.6. Propiedades de inversión (NIC 40)

- 30.6.1. Clasificación de propiedades como propiedades de inversión
- 30.6.2. Medición en el momento del reconocimiento
- 30.6.3. Medición posterior del reconocimiento
- 30.6.4. Baja en cuentas

30.7. Activos intangibles (NIC 38)

- 30.7.1. Reconocimiento como gasto
- 30.7.2. Medición posterior al reconocimiento
- 30.7.3. Vida útil
- 30.7.4. Activos intangibles con vidas útiles finitas
- 30.7.5. Activos intangibles con vidas útiles indefinidas

30.8. Costes por préstamos (intereses) (NIC 23)

- 30.8.1. Costos por préstamos susceptibles de capitalización
- 30.8.2. Inicio de la capitalización
- 30.8.3. Suspensión de la capitalización

30.9. Deterioro de valor de los activos (NIC 36)

- 30.9.1. Identificación de un activo que podría estar deteriorado
- 30.9.2. Medición del importe recuperable
- 30.9.3. Reconocimiento y medición de la pérdida por deterioro de valor
- 30.9.4. Unidades generadoras de efectivo
- 30.9.5. Reversión de las pérdidas por deterioro de valor

30.10. Segmentos de operación (NIIF 8)

- 30.10.1. Principio básico
- 30.10.2. Alcance
- 30.10.3. Segmentos de operación
- 30.10.4. Segmentos sobre los que debe informarse

Módulo 31. Finanzas internacionales

31.1. *Business & international strategy*

- 31.1.1. Internacionalización
- 31.1.2. Globalización
- 31.1.3. *Growth & development in emerging markets*
- 31.1.4. Sistema monetario internacional

31.2. Mercado de divisas

- 31.2.1. Operaciones con divisas
- 31.2.2. El mercado anticipado de divisas
- 31.2.3. Instrumentos derivados para la cobertura del riesgo del tipo cambio y tipo de interés
- 31.2.4. Apreciación y depreciación de la moneda

31.3. Medios de pago y cobro internacionales

- 31.3.1. Billetes, cheque personal y cheque bancario
- 31.3.2. Transferencia, orden de pago y remesa
- 31.3.3. Cláusulas y créditos documentarios
- 31.3.4. Factorización, permuta internacional y otros medios

31.4. Financiación de operaciones en mercados internacionales

- 31.4.1. *Incoterms*
- 31.4.2. Instrumentos derivados para la cobertura de posibles fluctuaciones del precio de las materias primas
- 31.4.3. Créditos a la exportación con apoyo oficial
- 31.4.4. Cobertura con contratos de intercambio (*Swap*)
- 31.4.5. El consenso OCDE

31.5. Instituciones financieras internacionales

- 31.5.1. El fondo para la internacionalización de la empresa
- 31.5.2. El Grupo del Banco Mundial
- 31.5.3. El Banco Interamericano de Desarrollo
- 31.5.4. El Banco de Desarrollo del Caribe

31.6. Formación de las tasas de cambio

- 31.6.1. Teoría de la paridad de las tasas de interés
- 31.6.2. Teoría de las expectativas de los tipos de cambio
- 31.6.3. Teoría de la Paridad del Poder Adquisitivo (PPA)
- 31.6.4. Equilibrio del mercado de capitales

31.7. Programas de conversión de deuda

- 31.7.1. Marco legal
- 31.7.2. Funcionamiento
- 31.7.3. Conversión de Deuda en Inversiones Públicas
- 31.7.4. Conversión de Deuda en Inversiones Privadas

31.8. Mercado bursátil internacional

- 31.8.1. Mercado Wall Street (New York)
- 31.8.2. Mercado del oro
- 31.8.3. Deuda externa mundial
- 31.8.4. Club de París
- 31.8.5. Mercado de títulos ADR y GDR



“

Realiza un recorrido académico por el mejor programa del panorama universitario actual”

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 emitiesen 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

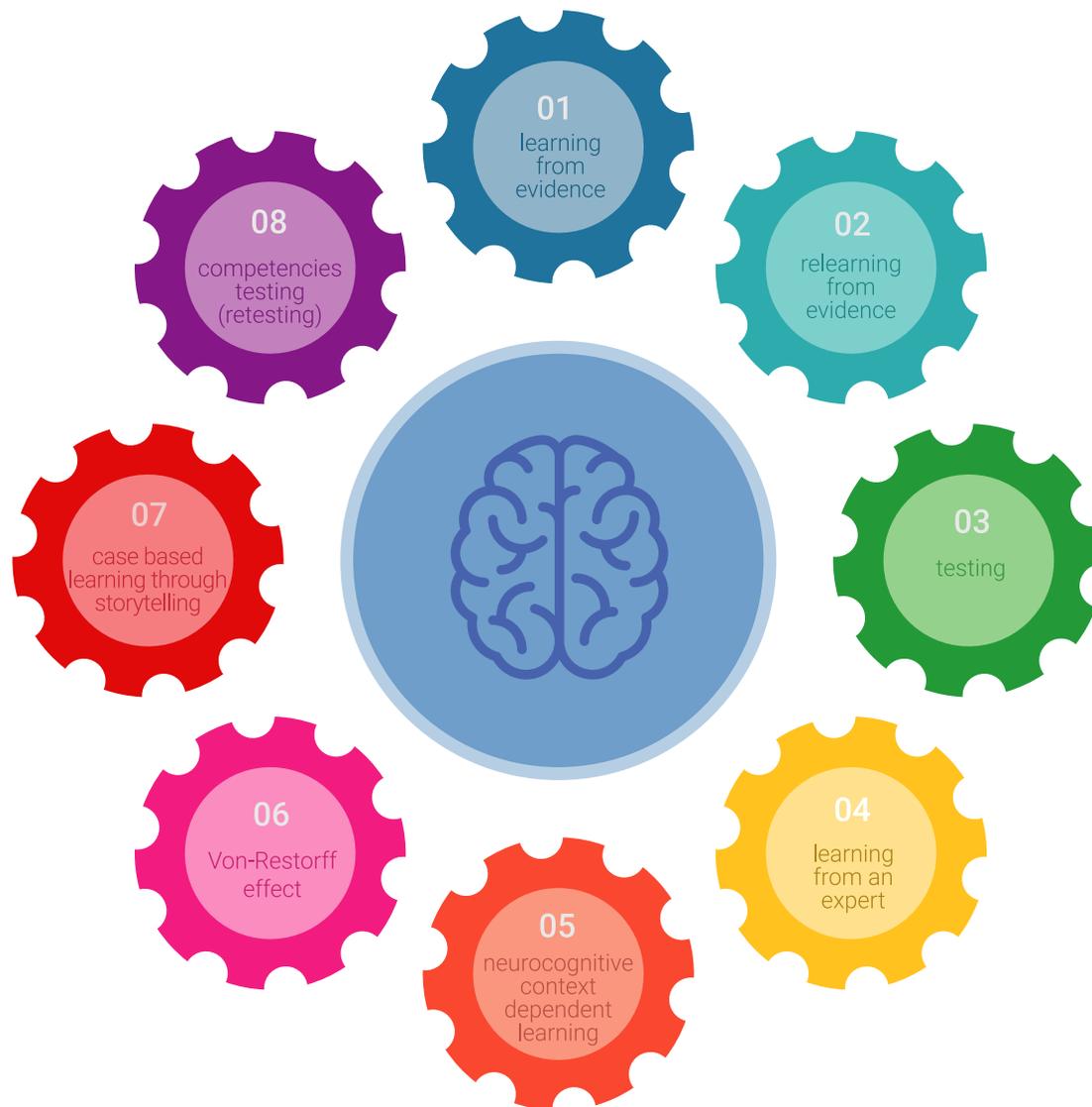
TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

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.



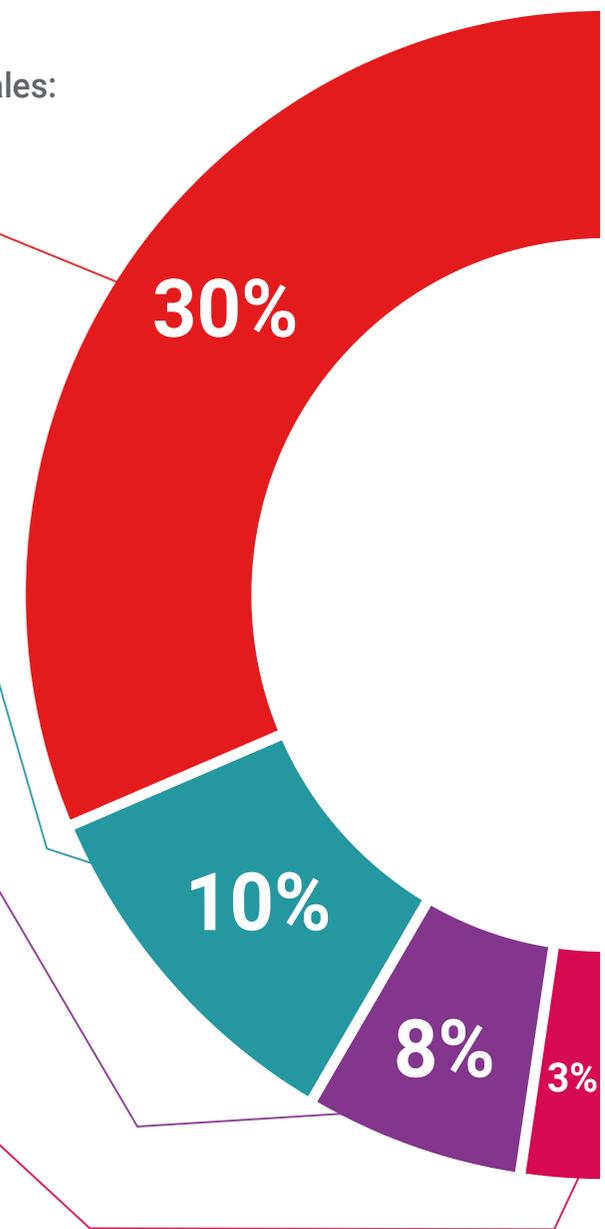
Prácticas de habilidades directivas

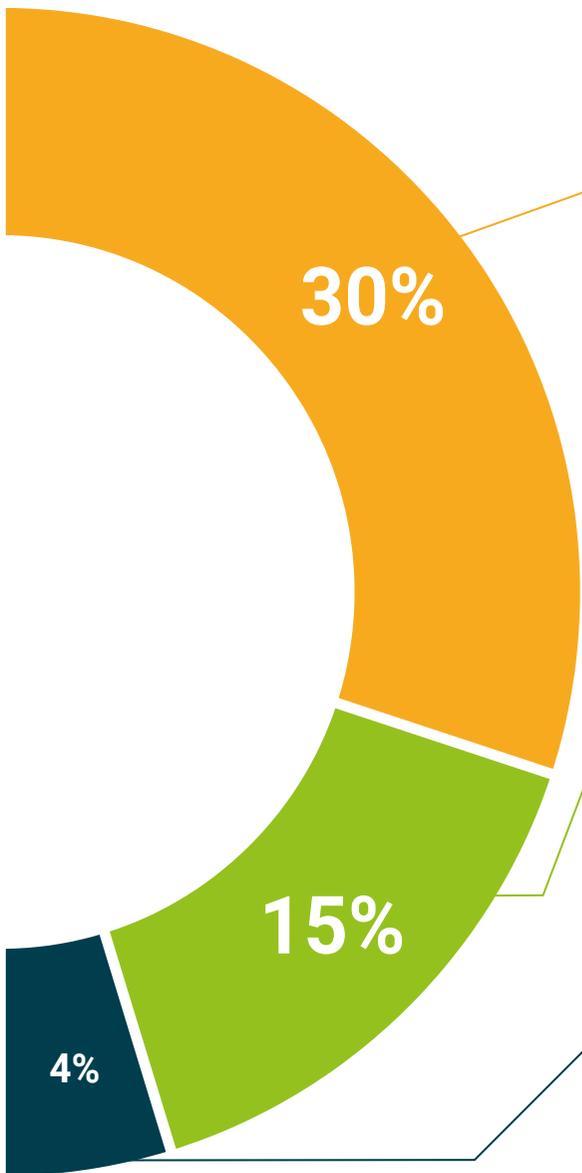
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



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 del Grand Master Alta Dirección Financiera, Experto Contable son profesionales con amplia experiencia en el sector, que buscan una oportunidad para mejorar su capacitación con un programa de gran nivel académico. Sin duda, son personas que entienden la necesidad de adquirir una cualificación superior para mejorar en su práctica diaria y destacar en un entorno altamente competitivo. Y que eligen TECH por su reputación y la calidad de sus programas y docentes.





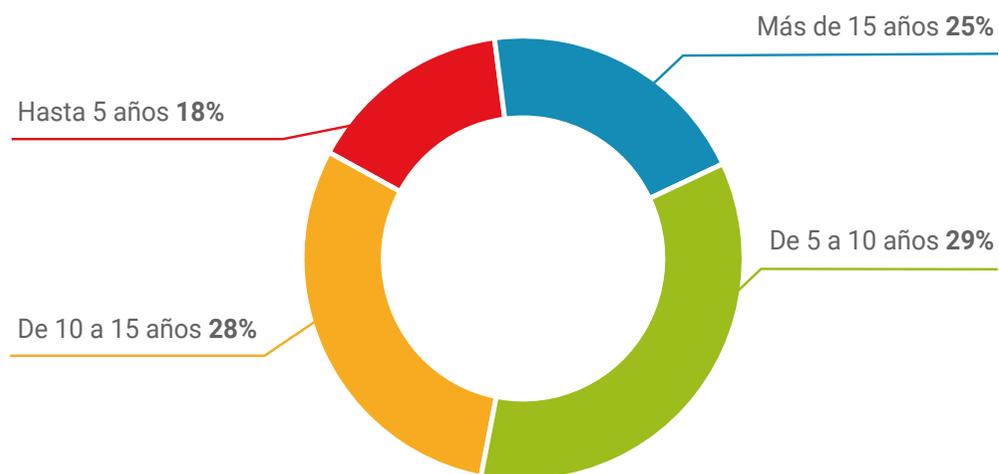
“

Los alumnos de TECH son profesionales con amplia experiencia que demandan programas de gran calidad”

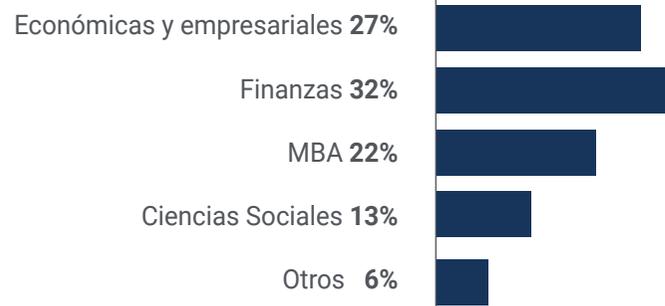
Edad media

Entre **35** y **45** años

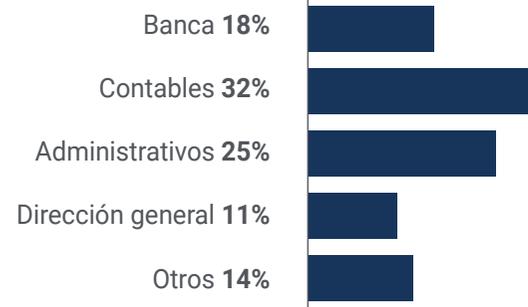
Años de experiencia



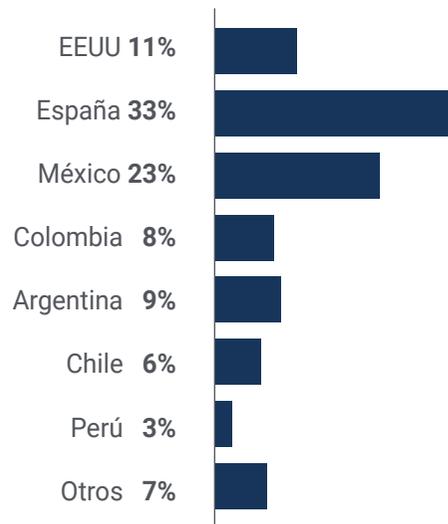
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Juan del Campo

Director financiero

“Este programa me ha dado la oportunidad de mejorar mi capacitación en el área en el que me desarrollo profesionalmente. Los contenidos específicos sobre gestión financiera y contable me han ayudado a actualizar mis conocimientos y, sin duda, ha sido un aporte de calidad a mi capacitación. Definitivamente, volvería a elegir a TECH para continuar con mis estudios”

09

Dirección del curso

Los profesores de este Grand Master Alta Dirección Financiera, Experto Contable son personas con amplia experiencia docente e investigativa, que han recopilado la información más novedosa sobre estas materias para ofrecer a los alumnos el programa más completo del mercado. Docentes que entienden la importancia del estudio continuo para mejorar en la práctica laboral y que están al día con las nuevas tecnologías educativas como medio indispensable para un aprendizaje de calidad.



“

*Un nutrido grupo de expertos te enseñarán
las principales novedades en este campo”*

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, 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”

Director Invitado Internacional

El Doctor Eric Nyquist es un destacado profesional en el ámbito **deportivo internacional**, que ha construido una carrera impresionante, destacando por su **liderazgo estratégico** y su capacidad para impulsar el cambio y la **innovación** en **organizaciones deportivas** de primer nivel.

De hecho, ha desempeñado roles de alto cargo, como el de **Director de Comunicaciones e Impacto** en **NASCAR**, con sede en **Florida, Estados Unidos**. Con muchos años de experiencia a sus espaldas en esta entidad, el Doctor Nyquist también ha ocupado varios puestos de liderazgo, incluyendo **Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico** y **Director General de Asuntos Comerciales**, gestionando más de una docena de disciplinas que van desde el **desarrollo estratégico** hasta el **Marketing de entretenimiento**.

Asimismo, Nyquist ha dejado una marca significativa en las **franquicias deportivas** más importantes de Chicago. Como **Vicepresidente Ejecutivo** de las franquicias de los **Chicago Bulls** y los **Chicago White Sox** ha demostrado su capacidad para impulsar el **éxito empresarial y estratégico** en el mundo del **deporte profesional**.

Finalmente, cabe destacar que inició su carrera en el **ámbito deportivo** mientras trabajaba en Nueva York como **analista estratégico principal** para Roger Goodell en la **Liga Nacional de Fútbol (NFL)** y, anteriormente, como **Pasante Jurídico** en la **Federación de Fútbol de Estados Unidos**.



D. Nyquist, Eric

- Director de Comunicaciones e Impacto en NASCAR, Florida, Estados Unidos
- Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico en NASCAR
- Vicepresidente de Planificación Estratégica en NASCAR
- Director General de Asuntos Comerciales en NASCAR
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago White Sox
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago Bulls
- Gerente de Planificación Empresarial en la Liga Nacional de Fútbol (NFL)
- Asuntos Comerciales/Pasante Jurídico en la Federación de Fútbol de Estados Unidos
- Doctor en Derecho por la Universidad de Chicago
- Máster en Administración de Empresas-MBA por la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago
- Licenciado en Economía Internacional por Carleton College

“

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. Domingo Folgado, Javier

- ♦ *Founding Director* de Relianze
- ♦ Responsable del Departamento de Análisis en Aznar Patrimonio
- ♦ *Founding Partner* en *Finance Business School*
- ♦ Director de Banca Privada en *Degroof Petercam*
- ♦ Doctor en Matemáticas Avanzadas Aplicadas a la Economía por la UNED
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Valencia
- ♦ Máster en Gestión de Carteras por el *Institute of Advanced Finance*



Dra. Pérez Estébanez, Raquel

- ♦ Investigadora en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Investigadora de la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Doctora en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid

Profesores

Dña. Bolinaga, Sara

- ♦ Especialista en Auditoría y Contabilidad
- ♦ Técnica Contable en Conservas V. Jalón
- ♦ Técnica de Mercado Internacionales en la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Varsovia
- ♦ Abogada en Materia Compliance en Deloitte
- ♦ Investigadora con publicaciones sobre estudios de mercado
- ♦ Doble Licenciatura en Derecho y Administración de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en Dirección Económica Financiera por la Universidad a Distancia de Madrid

D. Campuzano Vallés, Manuel

- ♦ Asesor de Empresas en el Área Financiera
- ♦ Colaborador Externo en el Área de Consultoría y Formación de IECE
- ♦ Asesor en Departamentos Financieros como Mobil Oil SA, Amstrad España SA, Frinat SA, IECE SA
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Censor Jurado de Cuentas y miembro del ROAC
- ♦ Docente del Área Financiera en la EAE Business School
- ♦ Profesor asociado de Contabilidad Analítica y Contabilidad Financiera en la Universidad Complutense de Madrid

Dr. López Domínguez, Ignacio

- ♦ Investigador Especializado en Administración Financiera y Contabilidad
- ♦ Docente en estudios universitarios sobre Administración Financiera y Contabilidad
- ♦ Autor y coautor de numerosas publicaciones sobre su especialidad
- ♦ Colaborador habitual en diversos medios de comunicación
- ♦ Ponente asiduo en conferencias sobre temas financieros
- ♦ Doctor y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid

Dña. Vico Román, Noelia

- ♦ Especialista en Economía y Empresas
- ♦ Docente de ciclos formativos de grado medio y superior de Administración de Empresas en la Comunidad de Madrid
- ♦ Profesora Asociada del Departamento de Economía de la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Licenciada en Administración de Empresas, Especialidad en Contabilidad y Auditoría por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Diplomada en Ciencias Empresariales, Especialidad en Contabilidad y Análisis Financiero por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster en Formación al Profesorado de Secundaria por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Master en Inteligencia Emocional en las distintas etapas educativas
Técnico Especialista en Administración

D. López Gómez, Miguel Ángel

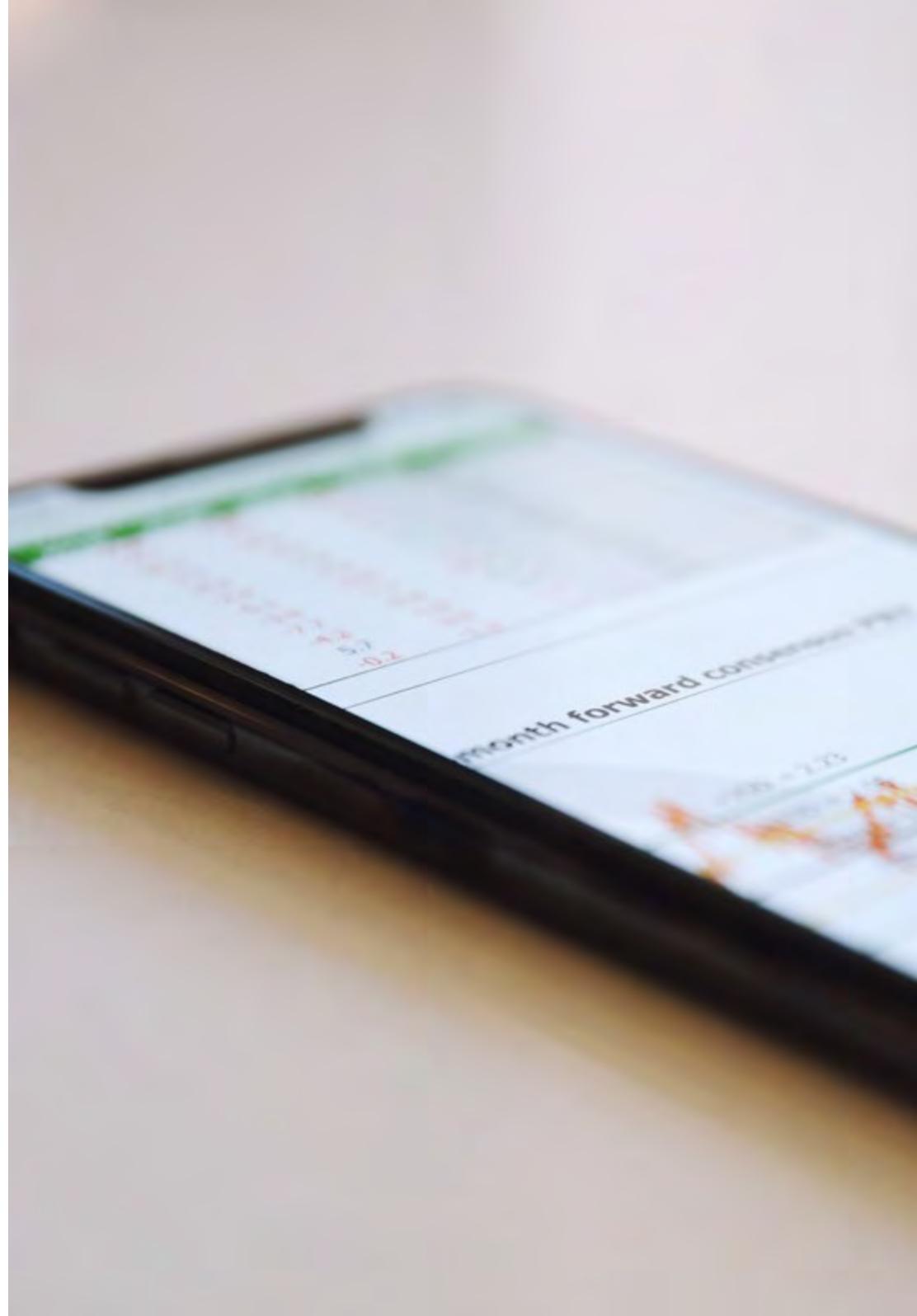
- ♦ Experto Consultor Financiero
- ♦ CEO de la consultora Emacal. Alicante
- ♦ Consultor Financiero del Banco Santander, de InterMoney, de Citigroup, TechRules y SIAG
- ♦ Subdirector del Colegio Mayor y la Residencia Antonio Machado de la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Docente de Cursos de Formación para el Banco Sabadell, Caja de Ahorros del Mediterráneo, Banco Cooperativo, Banco Pastor, etc.
- ♦ Doctorado en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Doctorado en Gestión Empresarial por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alicante

D. Martínez Laguna, Luis

- ♦ Especialista en Ciencias Económicas y Empresariales, e Investigación Comercial
- ♦ Docente Especializado en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Doctor en Contabilidad y Auditoría

Dr. Martínez de Silva, Alberto

- ♦ Especialista en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Director de Control de Gestión en Telefónica España
- ♦ Gerente de Negocio Mayorista en Telefónica Internacional
- ♦ Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Postgrado en Desarrollo Directivo por la Universidad de Navarra





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

10

Impacto para tu carrera

La realización de este programa de TECH-Universidad Tecnológica permitirá a los alumnos dar ese impulso tan necesario a su carrera. De esta manera, podrán ponerse al día sobre las principales novedades en el ámbito financiero-contable, logrando esa capacitación superior que marcará la diferencia con el resto de sus competidores. Un programa que dotará de mayor empleabilidad a los alumnos y que marcará un antes y un después en su carrera.





“

*Este programa marcará un antes
y un después en tu capacitación”*

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

El Grand Master Alta Dirección Financiera, Experto Contable de TECH Universidad 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.

Un programa de gran valor académico que te aportará los recursos necesarios para mejorar en tu profesión.

Consigue la mejora laboral que deseas mejorando tu capacitación con este programa de TECH.

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

La realización de este Grand Master Alta Dirección Financiera, Experto Contable de TECH no solo supondrá una mejora en la capacitación de los estudiantes, sino también una ventaja competitiva para las empresas en las que se desarrollen profesionalmente. Esto se debe a que este programa abarca cuestiones específicas sobre la dirección empresarial, y la gestión financiera y contable, que, posteriormente, podrán aplicar a su labor diaria, siguiendo los estándares de calidad que marca el mercado actual.





“

Aporta a tu empresa una nueva visión de negocio y favorece su crecimiento en el mercado”

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

El Grand Master en Alta Dirección Financiera, Experto Contable garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Grand Master en Alta Dirección Financiera, Experto Contable** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Grand Master** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Grand Master, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Grand Master en Alta Dirección Financiera, Experto Contable**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **2 años**



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



Grand Master Alta Dirección Financiera, Experto Contable

- » Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**
- » Duración: **2 años**
- » Titulación: **TECH Universidad**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Grand Master

Alta Dirección Financiera,
Experto Contable