

Grand Master

Alta Dirección Financiera,
Experto Contable



Grand Master Alta Dirección Financiera, Experto Contable

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **2 años**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **120 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

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

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 44

05

Salidas profesionales

pág. 52

06

Metodología de estudio

pág. 56

07

Cuadro docente

pág. 66

08

Titulación

pág. 90

01

Presentación del programa

En el entorno empresarial contemporáneo, caracterizado por su dinamismo y alta competitividad, la Alta Dirección Financiera se ha consolidado como un componente esencial para la sostenibilidad y el crecimiento organizacional. En este sentido, el Experto Contable desempeña un papel crucial al proporcionar análisis financieros precisos, gestionar riesgos y optimizar recursos, facilitando así la toma de decisiones estratégicas. Por eso, es fundamental que los expertos integren tecnologías avanzadas para promover la eficiencia en todas las operaciones de las instituciones. En este marco, TECH presenta una innovadora titulación universitaria online focalizada en las metodologías más sofisticadas para la Alta Dirección Financiera, Experto Contable.





“

Por medio de este Grand Master, 100% online, dirigirás la estrategia financiera de las empresas y garantizarás el crecimiento sostenible de las organizaciones”

La gestión financiera se ha consolidado como un componente esencial para el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones en un entorno económico cada vez más complejo y globalizado. En este contexto, la Alta Dirección y la contabilidad estratégica juegan un papel fundamental en la toma de decisiones clave que garantizan la estabilidad y el crecimiento a largo plazo de las empresas. Por eso, los especialistas necesitan disponer de una sólida comprensión relativa a la planificación financiera, el análisis de estados financieros y la gestión de riesgos puede marcar la diferencia en la competitividad de las organizaciones.

Con esta idea en mente, TECH lanza un revolucionario Grand Master en Formación Permanente en Alta Dirección Financiera, Experto Contable. Diseñado por referentes en este ámbito, el itinerario académico ahondará en materias que van desde la viabilidad de proyectos de inversión o contabilidad de gestión para optimizar la toma de decisiones estratégicas hasta los fundamentos de la normativa internacional vigente. De este modo, los egresados desarrollarán las habilidades necesarias para liderar la Dirección Financiera de las organizaciones, gestionando eficientemente los recursos, analizando la viabilidad de proyectos de inversión y aplicando normativas para garantizar el cumplimiento y la optimización de los procesos contables.

Por otro lado, este programa se basa en su totalidad en una modalidad 100% en línea, facilitando a los especialistas que puedan planificar sus propios horarios de estudio para experimentar una puesta al día completamente eficiente. Además, los profesionales disfrutarán de una gran variedad de recursos multimedia destinados a fomentar una actualización de conocimientos dinámica y natural. Para acceder al Campus Virtual, lo único que necesitarán los profesionales es un dispositivo con acceso a Internet (sirviendo incluso su propio móvil). También contarán en todo momento con el apoyo de un experimentado cuadro docente, que resolverá todas las dudas que les puedan surgir durante su plan de estudios. En adición, un reputado Director Invitado Internacional impartirá unas intensivas *Masterclasses*.

Este **Grand Master en Alta Dirección Financiera, Experto Contable** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Alta Dirección Financiera, Experto Contable
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la Alta Dirección Financiera, Experto Contable
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Un prestigioso Director Invitado Internacional brindará unas exhaustivas Masterclasses para ahondar en las últimas tendencias en la Alta Dirección Financiera y Experto Contable”

“

Analizarás con precisión los estados financieros empleando herramientas como los ratios, análisis de rentabilidad y liquidez”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Alta Dirección Financiera, Experto Contable, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Estás ante una titulación universitaria flexible y compatible con tus responsabilidades cotidianas. ¡Matricúlate ya!

El sistema Relearning aplicado por TECH en sus programas reduce las largas horas de estudio tan habituales en otros métodos de enseñanza.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000. programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000. profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

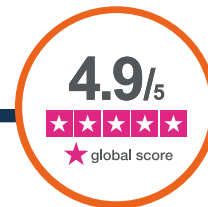
Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000. reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

Los materiales didácticos que conforman este Grand Master han sido elaborados por un grupo integrado por expertos en Alta Dirección Financiera, Experto Contable. Gracias a esto, el plan de estudios ahondará en cuestiones que van desde la contabilidad avanzada o viabilidad de los proyectos de inversión hasta las estrategias para identificar de manera temprana una amplia variedad de riesgos financieros.





“

Desarrollarás habilidades de liderazgo para motivar equipos de trabajo multidisciplinarios hacia el logro de objetivos financieros estratégicos”

Módulo 1. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- 1.1. Globalización y gobernanza
 - 1.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 1.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 1.1.3. El rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 1.2. Liderazgo
 - 1.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
 - 1.2.2. Liderazgo en las empresas
 - 1.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 1.3. *Cross Cultural Management*
 - 1.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 1.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 1.3.3. Gestión de la diversidad
- 1.4. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 1.4.1. Concepto de desarrollo directivo
 - 1.4.2. Concepto de liderazgo
 - 1.4.3. Teorías del liderazgo
 - 1.4.4. Estilos de liderazgo
 - 1.4.5. La inteligencia en el liderazgo
 - 1.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 1.5. Ética empresarial
 - 1.5.1. Ética y moral
 - 1.5.2. Ética empresarial
 - 1.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 1.6. Sostenibilidad
 - 1.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 1.6.2. Agenda 2030
 - 1.6.3. Las empresas sostenibles
- 1.7. Responsabilidad social de la empresa
 - 1.7.1. Dimensión internacional de la responsabilidad social de las empresas
 - 1.7.2. Implementación de la responsabilidad social de la empresa
 - 1.7.3. Impacto y medición de la responsabilidad social de la empresa



- 1.8. Sistemas y herramientas de gestión responsable
 - 1.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 1.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 1.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 1.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 1.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 1.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 1.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* directivo

- 2.1. Análisis y diseño organizacional
 - 2.1.1. Marco conceptual
 - 2.1.2. Factores clave en el diseño organizacional
 - 2.1.3. Modelos básicos de organizaciones
 - 2.1.4. Diseño organizacional: Tipologías
- 2.2. Estrategia corporativa
 - 2.2.1. Estrategia corporativa competitiva
 - 2.2.2. Estrategias de crecimiento: Tipologías
 - 2.2.3. Marco conceptual
- 2.3. Planificación y formulación estratégica
 - 2.3.1. Marco conceptual
 - 2.3.2. Elementos de la planificación estratégica
 - 2.3.3. Formulación estratégica: Proceso de la planificación estratégica
- 2.4. Pensamiento estratégico
 - 2.4.1. La empresa como un sistema
 - 2.4.2. Concepto de organización
- 2.5. Diagnóstico financiero
 - 2.5.1. Concepto de diagnóstico financiero
 - 2.5.2. Etapas del diagnóstico financiero
 - 2.5.3. Métodos de evaluación para el diagnóstico financiero
- 2.6. Planificación y estrategia
 - 2.6.1. El plan de una estrategia
 - 2.6.2. Posicionamiento estratégico
 - 2.6.3. La estrategia en la empresa
- 2.7. Modelos y patrones estratégicos
 - 2.7.1. Marco conceptual
 - 2.7.2. Modelos estratégicos
 - 2.7.3. Patrones estratégicos: Las Cinco P's de la Estrategia
- 2.8. Estrategia competitiva
 - 2.8.1. La ventaja competitiva
 - 2.8.2. Elección de una estrategia competitiva
 - 2.8.3. Estrategias según el Modelo del Reloj Estratégico
 - 2.8.4. Tipos de estrategias según el ciclo de vida del sector industrial
- 2.9. Dirección estratégica
 - 2.9.1. El concepto de estrategia
 - 2.9.2. El proceso de dirección estratégica
 - 2.9.3. Enfoques de la dirección estratégica
- 2.10. Implementación de la estrategia
 - 2.10.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
 - 2.10.2. Mapa estratégico
 - 2.10.3. Alineamiento estratégico
- 2.11. *Management* Directivo
 - 2.11.1. Marco conceptual del *Management* Directivo
 - 2.11.2. *Management* Directivo. El Rol del Consejo de Administración y herramientas de gestión corporativas
- 2.12. Comunicación estratégica
 - 2.12.1. Comunicación interpersonal
 - 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 2.12.3. La comunicación interna
 - 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- 3.1. Comportamiento organizacional
 - 3.1.1. Comportamiento organizacional. Marco conceptual
 - 3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional
- 3.2. Las personas en las organizaciones
 - 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
 - 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
 - 3.2.3. *Coaching* y gestión de equipos
 - 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 3.3. Dirección estratégica de personas
 - 3.3.1. Dirección estratégica y Recursos Humanos
 - 3.3.2. Dirección estratégica de personas
- 3.4. Evolución de los recursos. Una visión integrada
 - 3.4.1. La importancia de Recursos Humanos
 - 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
 - 3.4.3. Dirección estratégica de Recursos Humanos
- 3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de Recursos Humanos
 - 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 Recursos Humanos
 - 3.12.2. *Personal Branding* para profesionales de Recursos Humanos
- 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 Humanos 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
 - 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
 - 4.21.2. 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 ...)
 - 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
- 5.9. *Supply Chain management*
 - 5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)
 - 5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
 - 5.9.3. Patrones de demanda
 - 5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio
- 5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
 - 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.
- 5.11. Costes de la logística
 - 5.11.1. Costes logísticos
 - 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
 - 5.11.3. Optimización de costes logísticos
- 5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS
 - 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
- 5.13. Gestión de procesos
 - 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
- 5.14. Distribución y logística de transportes
 - 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

- 5.15. Logística y clientes
 - 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)
- 5.16. Logística internacional
 - 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
- 5.17. *Outsourcing* de operaciones
 - 5.17.1. Gestión de operaciones y *Outsourcing*
 - 5.17.2. Implantación del outsourcing en entornos logísticos
- 5.18. Competitividad en operaciones
 - 5.18.1. Gestión de operaciones
 - 5.18.2. Competitividad operacional
 - 5.18.3. Estrategia de operaciones y ventajas competitivas
- 5.19. Gestión de la calidad
 - 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 Deming

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- 6.1. Entornos tecnológicos
 - 6.1.1. Tecnología y globalización
 - 6.1.2. Entorno económico y tecnología
 - 6.1.3. Entorno tecnológico y su impacto en las empresas
- 6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
 - 6.2.1. Evolución del modelo de IT
 - 6.2.2. Organización y departamento IT
 - 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico

- 6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
 - 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
 - 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
 - 6.3.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital
- 6.4. Dirección de Sistemas de Información
 - 6.4.1. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
 - 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
 - 6.4.3. Directivos expertos en sistemas de información: Roles y funciones
- 6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información
 - 6.5.1. Sistemas de información y estrategia corporativa
 - 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
 - 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
 - 6.6.1. *Business Intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral
- 6.7. Explorando la información
 - 6.7.1. SQL: Bases de datos relacionales. Conceptos básicos
 - 6.7.2. Redes y comunicaciones
 - 6.7.3. Sistema operacional: Modelos de datos normalizados
 - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y dashboards gráfico
 - 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes
- 6.8. *Business Intelligence empresarial*
 - 6.8.1. El mundo del dato
 - 6.8.2. Conceptos relevantes
 - 6.8.3. Principales características
 - 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
 - 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
 - 6.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science

- 6.9. Nuevo concepto empresarial
 - 6.9.1. ¿Por qué BI?
 - 6.9.2. Obtención de la información
 - 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
 - 6.9.4. Razones para invertir en BI
- 6.10. Herramientas y soluciones BI
 - 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
 - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planificación y dirección Proyecto BI
 - 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
 - 6.11.2. Solución BI para la empresa
 - 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos
- 6.12. Aplicaciones de gestión corporativa
 - 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
 - 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
 - 6.12.3. Sistemas Enterprise Resource Planning o ERP
- 6.13. Transformación digital
 - 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
 - 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
 - 6.13.3. Transformación digital en las empresas
- 6.14. Tecnologías y tendencias
 - 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
 - 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
 - 6.15.1. Marco conceptual del outsourcing
 - 6.15.2. *Outsourcing* de TI y su impacto en los negocios
 - 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de outsourcing de TI

Módulo 7. Gestión comercial, Marketing estratégico y comunicación corporativa

- 7.1. Dirección comercial
 - 7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
 - 7.1.2. Estrategia y planificación comercial
 - 7.1.3. El rol de los directores comerciales
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Concepto de Marketing
 - 7.2.2. Elementos básicos del Marketing
 - 7.2.3. Actividades de Marketing de la empresa
- 7.3. Gestión estratégica del Marketing
 - 7.3.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 7.3.2. Concepto de planificación estratégica de Marketing
 - 7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de Marketing
- 7.4. Marketing digital y comercio electrónico
 - 7.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
 - 7.4.2. Marketing digital y medios que emplea
 - 7.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
 - 7.4.4. Categorías del comercio electrónico
 - 7.4.5. Ventajas y desventajas del *E-Commerce* frente al comercio tradicional
- 7.5. *Managing Digital Business*
 - 7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
 - 7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing digital
 - 7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing digital
- 7.6. Marketing digital para reforzar la marca
 - 7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Estrategia de Marketing digital
 - 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing digital
 - 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing digital

- 7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
 - 7.8.3. Hipersegmentación
- 7.9. Gestión de campañas digitales
 - 7.9.1. ¿Qué es una campaña de Publicidad digital?
 - 7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de Marketing online
 - 7.9.3. Errores de las campañas de Publicidad digital
- 7.10. Plan de Marketing online
 - 7.10.1. ¿Qué es un plan de Marketing online?
 - 7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing online
 - 7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing online
- 7.11. *Blended Marketing*
 - 7.11.1. ¿Qué es el *Blended Marketing*?
 - 7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline
 - 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de *Blended Marketing*
 - 7.11.4. Características de una estrategia de *Blended Marketing*
 - 7.11.5. Recomendaciones en *Blended Marketing*
 - 7.11.6. Beneficios del *Blended Marketing*
- 7.12. Estrategia de ventas
 - 7.12.1. Estrategia de ventas
 - 7.12.2. Métodos de ventas
- 7.13. Comunicación corporativa
 - 7.13.1. Concepto
 - 7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 7.13.5. Elementos de la comunicación
 - 7.13.6. Problemas de la comunicación
 - 7.13.7. Escenarios de la comunicación
- 7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa
 - 7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RRHH
 - 7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
 - 7.14.3. El plan de comunicación interna

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

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 8.1. Investigación de mercados
 - 8.1.1. Investigación de mercados: Origen histórico
 - 8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados
 - 8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados
- 8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
 - 8.2.1. Tamaño muestral
 - 8.2.2. Muestreo
 - 8.2.3. Tipos de técnicas cuantitativas
- 8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
 - 8.3.1. Tipos de investigación cualitativa
 - 8.3.2. Técnicas de investigación cualitativa
- 8.4. Segmentación de mercados
 - 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
 - 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
 - 8.4.3. Segmentación de mercados de consumo
 - 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
 - 8.4.5. Estrategias de segmentación
 - 8.4.6. La segmentación con base a criterios del Marketing-Mix
 - 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado
- 8.5. Gestión de proyectos de investigación
 - 8.5.1. La Investigación de mercados como un proceso
 - 8.5.2. Etapas de planificación en la investigación de mercados
 - 8.5.3. Etapas de ejecución en la investigación de mercados
 - 8.5.4. Gestión de un proyecto de investigación



- 8.6. La investigación de mercados internacionales
 - 8.6.1. Investigación de mercados internacionales
 - 8.6.2. Proceso de la investigación de mercados internacionales
 - 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las investigaciones de mercado internacionales
- 8.7. Los estudios de viabilidad
 - 8.7.1. Concepto y utilidad
 - 8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad
 - 8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad
- 8.8. Publicidad
 - 8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
 - 8.8.2. Marco conceptual de la Publicidad: Principios, concepto de briefing y posicionamiento
 - 8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la Publicidad
 - 8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios
 - 8.8.5. Tendencias y retos de la Publicidad
- 8.9. Desarrollo del plan de Marketing
 - 8.9.1. Concepto del plan de Marketing
 - 8.9.2. Análisis y diagnóstico de la situación
 - 8.9.3. Decisiones estratégicas de Marketing
 - 8.9.4. Decisiones operativas de Marketing
- 8.10. Estrategias de promoción y *Merchandising*
 - 8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada
 - 8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria
 - 8.10.3. El *Merchandising* como técnica de Comunicación
- 8.11. Planificación de medios
 - 8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios
 - 8.11.2. Medios de comunicación
 - 8.11.3. Plan de medios
- 8.12. Fundamentos de la dirección comercial
 - 8.12.1. La función de la dirección comercial
 - 8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
 - 8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
 - 8.12.4. Principales estrategias competitivas

- 8.13. Negociación comercial
 - 8.13.1. Negociación comercial
 - 8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
 - 8.13.3. Principales métodos de negociación
 - 8.13.4. El proceso negociador
- 8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
 - 8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
 - 8.14.2. Modelos de toma de decisiones
 - 8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
 - 8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones
- 8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
 - 8.15.1. *Sales Management*. Dirección de ventas
 - 8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial
 - 8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores
 - 8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
 - 8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información
- 8.16. Implementación de la función comercial
 - 8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
 - 8.16.2. Control de la actividad comercial
 - 8.16.3. El código deontológico del personal comercial
 - 8.16.4. Cumplimiento normativo
 - 8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas
- 8.17. Gestión de cuentas clave
 - 8.17.1. Concepto de la gestión de cuentas clave
 - 8.17.2. El *Key Account Manager*
 - 8.17.3. Estrategia de la gestión de cuentas clave
- 8.18. Gestión financiera y presupuestaria
 - 8.18.1. El umbral de rentabilidad
 - 8.18.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
 - 8.18.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
 - 8.18.4. Gestión del ciclo, rotaciones, rentabilidad y liquidez
 - 8.18.5. Cuenta de resultados

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- 9.1. Innovación
 - 9.1.1. Introducción a la innovación
 - 9.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
 - 9.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial
- 9.2. Estrategia de innovación
 - 9.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
 - 9.2.2. Estrategia de innovación
- 9.3. *Project Management* para *Startups*
 - 9.3.1. Concepto de *startup*
 - 9.3.2. Filosofía *Lean Startup*
 - 9.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
 - 9.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*
- 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
 - 9.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
 - 9.4.2. Diseño validación de modelos de negocio
- 9.5. Dirección y gestión de proyectos
 - 9.5.1. Dirección y gestión de proyectos: Identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
 - 9.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación
- 9.6. Gestión del cambio en proyectos: Gestión de la formación
 - 9.6.1. Concepto de gestión del cambio
 - 9.6.2. El proceso de gestión del cambio
 - 9.6.3. La implementación del cambio
- 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
 - 9.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
 - 9.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
 - 9.7.3. Tendencias emergentes
 - 9.7.4. Adaptaciones al equipo
 - 9.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
 - 9.7.6. Gestionar las comunicaciones
 - 9.7.7. Monitorear las comunicaciones

- 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
 - 9.8.1. Metodologías innovadoras
 - 9.8.2. Principios básicos del Scrum
 - 9.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del Scrum y las metodologías tradicionales
- 9.9. Creación de una *startup*
 - 9.9.1. Creación de una *startup*
 - 9.9.2. Organización y cultura
 - 9.9.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
 - 9.9.4. Aspectos legales
- 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos
 - 9.10.1. Planificar riesgos
 - 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
 - 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
 - 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

Módulo 10. *Management* Directivo

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concepto de *General Management*
 - 10.1.2. La acción del *Manager General*
 - 10.1.3. El Director General y sus funciones
 - 10.1.4. Transformación del trabajo de la dirección
- 10.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 10.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 10.3. Dirección de operaciones
 - 10.3.1. Importancia de la dirección
 - 10.3.2. La cadena de valor
 - 10.3.3. Gestión de calidad
- 10.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 10.4.1. Comunicación interpersonal
 - 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 10.4.3. Barreras en la comunicación

- 10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 10.5.1. La comunicación interpersonal
 - 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 10.5.3. La comunicación en la organización
 - 10.5.4. Herramientas en la organización
- 10.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 10.6.1. Crisis
 - 10.6.2. Fases de la crisis
 - 10.6.3. Mensajes: Contenidos y momentos
- 10.7. Preparación de un plan de crisis
 - 10.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 10.7.2. Planificación
 - 10.7.3. Adecuación del personal
- 10.8. Inteligencia emocional
 - 10.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 10.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 10.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 10.9. *Branding* personal
 - 10.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 10.9.2. Leyes del *branding* personal
 - 10.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 10.10. Liderazgo y gestión de equipos
 - 10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 10.10.2. Capacidades y desafíos del líder
 - 10.10.3. Gestión de procesos de cambio
 - 10.10.4. Gestión de equipos multiculturales

Módulo 11. Planificación estratégica y control de gestión

- 11.1. Control de gestión
 - 11.1.1. Política financiera y crecimiento
 - 11.1.2. La información como herramienta del control de gestión
 - 11.1.3. Control de gestión como sistema de planificación y dirección
 - 11.1.4. Funciones del *Controller*
 - 11.1.5. Ámbito de aplicación del control de gestión

- 11.2. Información financiera y decisiones de gestión
 - 11.2.1. Contabilidad financiera o legal
 - 11.2.2. Contabilidad analítica o de costes
 - 11.2.3. Contabilidad de control
 - 11.3. Gestión de tesorería
 - 11.3.1. Fondo de maniobra contable y fondo maniobra necesario
 - 11.3.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
 - 11.3.3. *Credit management*
 - 11.3.4. Gestión de fondos, patrimonios y *family offices*
 - 11.4. *Cash management*
 - 11.4.1. Financiación bancaria del circulante
 - 11.4.2. Organización del departamento de tesorería
 - 11.4.3. Gestión centralizada de la tesorería
 - 11.5. Planificación y control de los centros de responsabilidad
 - 11.5.1. Diseño de un sistema de control de gestión
 - 11.5.2. Desviaciones en control de gestión
 - 11.6. El proceso de formulación y planificación estratégica
 - 11.6.1. Formulación y contenido del plan estratégico
 - 11.6.2. *Balanced scorecard*
 - 11.6.3. Terminología y conceptos básicos
 - 11.7. Planificación organizacional
 - 11.7.1. Unidades de negocio y precios de transferencia
 - 11.7.2. Centros de fabricación, producción, apoyo y ventas
 - 11.7.3. Funciones y responsabilidades de la dirección financiera
 - 11.8. Indicadores como herramienta de control
 - 11.8.1. Cuadro de mando
 - 11.8.2. Número y formato de los indicadores
 - 11.8.3. Planificación estratégica
- Módulo 12. Riesgo financiero y finanzas corporativas**
- 12.1. Dirección financiera y finanzas corporativas
 - 12.1.1. Gestión empresarial y creación de valor
 - 12.1.2. Estructura de capital y apalancamiento financiero
 - 12.1.3. Coste de capital medio ponderado
 - 12.1.4. *Capital asset pricing model* y otros modelos
 - 12.2. Métodos de valoración de empresas
 - 12.2.1. Descuento de dividendos
 - 12.2.2. Descuento de flujos
 - 12.2.3. Múltiplos comparables
 - 12.3. Operaciones corporativas
 - 12.3.1. Fusiones
 - 12.3.2. Adquisiciones
 - 12.3.3. *Mergers and acquisitions*
 - 12.3.4. Régimen tributario de operaciones de reestructuración
 - 12.4. Estudio de otros tipos de empresas
 - 12.4.1. Empresas que no cotizan en bolsa
 - 12.4.2. PYMES
 - 12.4.3. Empresas familiares
 - 12.4.4. Fundaciones y entidades sin ánimo de lucro
 - 12.4.5. Empresas de economía social
 - 12.5. Estrategia y control de riesgos
 - 12.5.1. Sistemas de control de gestión
 - 12.5.2. Riesgos y control interno
 - 12.5.3. Revisión y auditoría del sistema de control
 - 12.5.4. Gestión del riesgo financiero
 - 12.6. Riesgo, rentabilidad y endeudamiento
 - 12.6.1. Rentabilidad económica y rentabilidad financiera
 - 12.6.2. Rentabilidad financiera y endeudamiento
 - 12.6.3. Riesgo y rentabilidad
 - 12.7. Fuentes de financiación
 - 12.7.1. Financiación bancaria
 - 12.7.2. Emisión de obligaciones y titulización de activos
 - 12.7.3. *Private equity* y *venture capital*
 - 12.7.4. Subvenciones y apoyo fiscal
 - 12.8. Operaciones societarias y situación concursal
 - 12.8.1. Declaración del concurso y sus efectos
 - 12.8.2. Fases de convenio y liquidación
 - 12.8.3. El concurso internacional
 - 12.8.4. Calificación del concurso
 - 12.8.5. Conclusión y reapertura del concurso

Módulo 13. Viabilidad de proyectos de inversión

- 13.1. La inversión en la empresa
 - 13.1.1. Conceptos y clasificación
 - 13.1.2. Etapas en el estudio del proyecto de inversión
 - 13.1.3. La inversión como operación financiera
- 13.2. Métodos de valoración económica
 - 13.2.1. Plazo de recuperación
 - 13.2.2. Flujo de caja total y medio por unidad monetaria comprometida
 - 13.2.3. Valor actualizado neto y tasa interna de rentabilidad
 - 13.2.4. Plazo de recuperación descontado e índice de rentabilidad
 - 13.2.5. Rentabilidad esperada del VAN
- 13.3. Coste de capital
 - 13.3.1. Coste de los recursos ajenos
 - 13.3.2. Coste de las acciones preferentes
 - 13.3.3. Cálculo del coste de los recursos propios
 - 13.3.4. Cálculo del coste total del capital
- 13.4. Diagnóstico, planificación y control de inversiones
 - 13.4.1. Planificación Financiera
 - 13.4.2. Planificación Inmobiliaria
 - 13.4.3. Planificación Fiscal
- 13.5. Análisis técnico y análisis fundamental
 - 13.5.1. Definición y ámbito de aplicación
 - 13.5.2. Estudio de gráficos y tendencias
 - 13.5.3. Estudio sectorial y bursátil en el análisis fundamental
 - 13.5.4. Ratios y análisis fundamental
- 13.6. Análisis de inversiones en ambiente de riesgo
 - 13.6.1. El ajuste de la tasa de descuento
 - 13.6.2. Reducción de los flujos de caja a condiciones de certeza
 - 13.6.3. Simulación de escenarios
- 13.7. Flujos de caja en proyectos de inversión
 - 13.7.1. Modelización financiera
 - 13.7.2. Elaboración de los flujos de caja
 - 13.7.3. Análisis de los flujos de caja del circulante
 - 13.7.4. Impuestos e inflación

- 13.8. Mercado bursátil
 - 13.8.1. El acceso a bolsa de las empresas
 - 13.8.2. El funcionamiento de las bolsas internacionales
 - 13.8.3. Los índices bursátiles
 - 13.8.4. La fiscalidad de las inversiones financieras en España

Módulo 14. Ético-jurídico-fiscal

- 14.1. Práctica societaria
 - 14.1.1. Modificaciones estructurales societarias
 - 14.1.2. Disolución, liquidación y concurso de acreedores
 - 14.1.3. Junta general y órgano de administración
- 14.2. Práctica tributaria
 - 14.2.1. Análisis de las obligaciones tributarias de las empresas
 - 14.2.2. Marco jurídico tributario general
 - 14.2.3. Informes de revisión de actos administrativos
- 14.3. Práctica en relaciones laborales
 - 14.3.1. Política de contratación y política retributiva
 - 14.3.2. Reestructuración y sucesión de empresas
 - 14.3.3. Despidos e Indemnizaciones
 - 14.3.4. Incumplimientos sociolaborales
 - 14.3.5. Negociación colectiva
- 14.4. Impuesto sobre sociedades
 - 14.4.1. Normativa aplicable
 - 14.4.2. Discrepancias entre normativa contable y fiscal
 - 14.4.3. Regímenes especiales
- 14.5. Impuesto sobre el valor añadido
 - 14.5.1. Normativa aplicable
 - 14.5.2. Lugar de realización del hecho imponible, devengo y base imponible
 - 14.5.3. Tipos impositivos
 - 14.5.4. Regímenes especiales

- 14.6. Finanzas e inversión responsables
 - 14.6.1. *Financial Inclusion*
 - 14.6.2. Sostenibilidad y la responsabilidad del director financiero
 - 14.6.3. Transparencia en la información
 - 14.6.4. Financiación e inversión responsable
 - 14.6.5. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa
- 14.7. Ética empresarial
 - 14.7.1. Comportamiento ético en la empresa
 - 14.7.2. Deontología y códigos éticos
 - 14.7.3. Fraudes y conflictos de interés
- 14.8. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 14.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 14.8.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 14.8.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 15. Contabilidad directiva

- 15.1. Fundamentos de contabilidad directiva
 - 15.1.1. Objetivos de la contabilidad directiva
 - 15.1.2. Características cualitativas de la información contable
 - 15.1.3. Evolución de la contabilidad directiva
- 15.2. De la contabilidad general a la contabilidad de costes
 - 15.2.1. Elementos del cálculo de costes
 - 15.2.2. El stock en contabilidad general y en contabilidad de costes
 - 15.2.3. El gasto en la contabilidad general y la contabilidad de costes
 - 15.2.4. Clasificación de los costes
- 15.3. Análisis coste-volumen de operaciones-beneficios
 - 15.3.1. Características e hipótesis del método coste-volumen-beneficio
 - 15.3.2. *Break-even point*
 - 15.3.3. Margen de seguridad
 - 15.3.4. Situaciones de incertidumbre en el análisis coste-volumen-beneficio

- 15.4. Sistemas de información y *business intelligence*
 - 15.4.1. Fundamentos y clasificación
 - 15.4.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 15.4.3. Elección de centro de costes y efecto
- 15.5. *Direct costing*
 - 15.5.1. Resultados analíticos de *direct costing* como herramienta de gestión
 - 15.5.2. Costes fijos y variables: Clasificación
 - 15.5.3. Margen semibruto para estudio de la productividad
 - 15.5.4. Estudio del *balance* analítico
- 15.6. Control presupuestario
 - 15.6.1. Planificación y control de presupuestos
 - 15.6.2. Presupuestos operativos
 - 15.6.3. Modos de elaboración de presupuestos
 - 15.6.4. Control presupuestario y desviaciones
- 15.7. Costes estándar
 - 15.7.1. Definición y tipos de costes estándar
 - 15.7.2. Presupuesto flexible de cargas indirectas
 - 15.7.3. Centro de costes totales y modelo de costes completos
 - 15.7.4. Desviaciones en el método de costes estándar
- 15.8. Toma de decisiones en contabilidad de gestión
 - 15.8.1. Organización de la producción y costes para la toma de decisiones
 - 15.8.2. Análisis de estados económico-financieros y su incidencia en las decisiones empresariales
 - 15.8.3. Información financiera para la toma de decisiones en el corto y largo plazo
 - 15.8.4. Tratamiento de la incertidumbre en la toma de decisiones
 - 15.8.5. Planificación y análisis del coste para la ventaja competitiva

Módulo 16. Contabilidad avanzada I

- 16.1. Constitución de sociedades
 - 16.1.1. Introducción a la contabilidad de sociedades
 - 16.1.2. Capital social
 - 16.1.2.1. Aportaciones dinerarias
 - 16.1.2.2. Aportaciones no dinerarias
 - 16.1.3. Constitución de las sociedades anónimas
 - 16.1.3.1. Constitución por fundación simultánea o por convenio
 - 16.1.3.2. Constitución por fundación sucesiva o por suscripción pública
- 16.2. Autocartera
 - 16.2.1. Concepto de autocartera
 - 16.2.2. Formas de adquisición de las acciones propias
 - 16.2.3. Enajenación de la autocartera
 - 16.2.4. Amortización de la autocartera
- 16.3. Inmovilizado material
 - 16.3.1. Introducción al inmovilizado material
 - 16.3.2. Valoración inicial del inmovilizado material
 - 16.3.2.1. Precio de adquisición
 - 16.3.2.2. Coste de producción
 - 16.3.2.3. Permutas
 - 16.3.2.4. Aportaciones no dinerarias
 - 16.3.3. Valoración posterior del inmovilizado material
 - 16.3.3.1. Amortización
 - 16.3.3.2. Deterioro
 - 16.3.4. Baja del inmovilizado material
- 16.4. Impuesto sobre el Valor Añadido – IVA I
 - 16.4.1. El Impuesto sobre el Valor Añadido y sus cuentas
 - 16.4.2. El IVA soportado
 - 16.4.3. El IVA repercutido
 - 16.4.4. La contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido en compras y gastos
 - 16.4.5. La contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido en ventas y prestación de servicios
- 16.5. Impuesto sobre el Valor Añadido – IVA II
 - 16.5.1. Regla de la prorata
 - 16.5.1.1. Prorata general
 - 16.5.1.2. Prorata especial
 - 16.5.1.3. Regla de la prorata en los bienes de inversión
 - 16.5.2. Los regímenes especiales
 - 16.5.3. Las adquisiciones intracomunitarias, importaciones y exportaciones de bienes
- 16.6. Impuesto de Sociedades – IS I
 - 16.6.1. El Impuesto de Sociedades y sus cuentas
 - 16.6.2. Activos y pasivos por impuesto corriente
 - 16.6.3. Activos y pasivos por impuesto diferido
 - 16.6.4. Valoración de activos y pasivos por impuesto corriente e impuesto diferido
- 16.7. Impuesto de Sociedades – IS II
 - 16.7.1. Bases imponible negativas
 - 16.7.2. Ajustes del Impuesto de Sociedades
 - 16.7.2.1. Diferencias permanentes
 - 16.7.2.2. Diferencias temporarias
- 16.8. Financiación I
 - 16.8.1. Introducción a la financiación de las sociedades
 - 16.8.2. Reservas
 - 16.8.2.1. Cuenta 110: Prima de Emisión
 - 16.8.2.2. Cuenta 111: Reserva Legal
 - 16.8.2.3. Cuenta 113: Reserva Voluntaria
 - 16.8.2.4. Cuenta 114: Reservas Especiales
 - 16.8.2.5. Cuenta 118: Aportaciones de socios o propietarios
 - 16.8.3. Resultados pendientes de aplicación
 - 16.8.3.1. Cuenta 120: Remanente
 - 16.8.3.2. Cuenta 121: Resultados negativos de ejercicios anteriores
 - 16.8.3.3. Cuenta 129: Resultado del ejercicio
 - 16.8.4. Subvenciones de capital en PYMES

- 16.9. Financiación II
 - 16.9.1. Provisiones
 - 16.9.2. Deudas a largo plazo
 - 16.9.2.1. Deudas a largo plazo con características especiales
 - 16.9.2.2. Deudas a largo plazo con partes vinculadas
 - 16.9.2.3. Deudas a largo plazo por préstamos recibidos, empréstitos y otros conceptos
 - 16.9.3. Fianzas
 - 16.9.3.1. Cuenta 180: Fianzas recibidas a largo plazo
 - 16.9.3.2. Cuentas 181: Anticipos recibidos por ventas o prestaciones de servicios a largo plazo
 - 16.9.3.3. Cuenta 189: Garantías financieras a largo plazo
 - 16.9.4. Situaciones transitorias de financiación
 - 16.10. Cuentas financieras I
 - 16.10.1. Empréstitos, deudas con características especiales y otras emisiones análogas a corto plazo
 - 16.10.2. Deudas a corto plazo con partes vinculadas
 - 16.10.3. Deudas a corto plazo por préstamos recibidos y otros conceptos
 - 16.10.4. Inversiones financieras a corto plazo con partes vinculadas
- Módulo 17. Contabilidad de gestión para la toma de decisiones**
- 17.1. Fundamentos conceptuales
 - 17.1.1. La contabilidad analítica: Concepto, evolución y ámbito de estudio
 - 17.1.2. Objetivos y usuarios
 - 17.1.3. Relaciones y diferencias entre contabilidad analítica y contabilidad financiera
 - 17.2. El coste: Conceptos básicos
 - 17.2.1. Concepto de coste y magnitudes que lo integran
 - 17.2.2. Relatividad de las cifras de coste
 - 17.2.3. Itinerario contable de los costes: La conexión costes-activo-resultados
 - 17.2.4. El concepto de gasto y su relación con el de coste
 - 17.3. Modelo básico de acumulación de costes y resultados
 - 17.3.1. El flujo contable de los costes: Identificación, periodificación, clasificación y localización de los componentes
 - 17.3.2. El análisis de la actividad como base generadora de los costes
 - 17.3.3. La relación costes-actividad-producción. La problemática de los costes indirectos
 - 17.3.4. Estructura del modelo básico de acumulación: El análisis por funciones
 - 17.3.5. Concepto y objetivos de la clasificación de los costes por funciones
 - 17.3.5.1. Principales funciones que integran la actividad de explotación de la empresa y criterios para la delimitación e imputación de sus costes
 - 17.3.5.2. La asignación de costes a coste completo industrial
 - 17.3.6. Cuenta de resultados funcional: Concepto y estructura
 - 17.4. Valoraciones de almacenes
 - 17.4.1. Las existencias
 - 17.4.2. Métodos de valoración
 - 17.5. La producción en curso y perdida
 - 17.5.1. Valoración de las existencias finales de producción en curso
 - 17.5.2. Valoración de las existencias iniciales de producción en curso
 - 17.5.3. Valoración de la producción perdida
 - 17.6. Sistema de producción multifásica
 - 17.6.1. Introducción
 - 17.6.2. Los productos semiterminados
 - 17.6.3. Modelo de producción multifásica
 - 17.6.4. Producción multifásica en serie
 - 17.6.5. Producción multifásica en paralelo
 - 17.7. Modelo de costes variables
 - 17.7.1. Fundamentos conceptuales
 - 17.7.2. Acumulación de costes y estructura de la cuenta de resultados
 - 17.7.3. El margen de contribución como instrumento de análisis de rentabilidad y toma de decisiones
 - 17.7.4. Localización y análisis de costes por centros en el marco del modelo de costes variables
 - 17.7.5. «Direct costing» y análisis coste-volumen-beneficio: Modelo básico de análisis coste-volumen-beneficio
 - 17.7.6. Determinación del umbral de rentabilidad
 - 17.7.7. Limitaciones del modelo de costes variables

- 17.8. Toma de decisiones bajo costes variables
 - 17.8.1. La actividad y la capacidad conceptos básicos para el análisis y control de gestión
 - 17.8.2. Comportamiento de los costes y las variaciones en el nivel de actividad: Costes fijos y costes variables
 - 17.8.3. Aplicaciones del «*direct costing*» a las decisiones sobre precios y productos
 - 17.8.4. El aprovechamiento de la capacidad instalada como marco condicionante de decisiones empresariales: Criterios de decisión en situaciones de baja ocupación y de plena ocupación
 - 17.8.5. Decisiones sobre fabricar, subcontratar o comprar
 - 17.8.6. Decisiones sobre continuar el procesamiento del producto o venderlo con un grado de elaboración menor
 - 17.8.7. Decisiones sobre aceptación o rechazo de pedidos especiales
- 17.9. Modelo de costes estándares
 - 17.9.1. Las desviaciones
 - 17.9.1.1. Desviaciones en costes directos
 - 17.9.1.2. Desviaciones en costes indirectos
- 17.10. Modelo de costes basado en la imputación racional
 - 17.10.1. El aprovechamiento de la capacidad instalada como factor de eficiencia: Capacidad utilizada y capacidad ociosa: Su incidencia en los costes
 - 17.10.2. Los costes de subactividad
 - 17.10.3. El método de imputación racional para la asignación de costes
 - 17.10.3.1. Fundamento conceptual
 - 17.10.3.2. Imputación de los costes
 - 17.10.3.3. Estructura de la cuenta de resultados
 - 17.10.4. Aportaciones del método para el análisis y el control de gestión
- 18.2. Combinación de negocios I
 - 18.2.1. Introducción a la combinación de negocios
 - 18.2.2. Clasificación de las combinaciones de negocios
 - 18.2.3. El método de adquisición
 - 18.2.3.1. Determinación de la empresa adquirente
 - 18.2.3.2. Identificación de la fecha de adquisición
 - 18.2.3.3. Coste de la combinación de negocios
 - 18.2.3.4. Reconocimiento del fondo de comercio o diferencia negativa
 - 18.2.4. Contabilidad provisional
 - 18.2.5. Combinación de negocios realizadas por etapas
- 18.3. Combinación de negocios II
 - 18.3.1. Concepto de la fusión de sociedades y sus tipos
 - 18.3.2. El proyecto de fusión
 - 18.3.3. El *balance* de fusión
 - 18.3.4. La aprobación de la fusión
 - 18.3.5. Formalización e inscripción del acuerdo de fusión
 - 18.3.6. Efectos de la fusión
 - 18.3.7. Clases de fusión
 - 18.3.7.1. Fusión directa
 - 18.3.7.2. Fusión indirecta
 - 18.3.7.3. Fusión por etapas
 - 18.3.7.4. Fusión gemelar
 - 18.3.7.5. Fusión inversa
- 18.4. Combinación de negocios III
 - 18.4.1. Concepto de la escisión de sociedades
 - 18.4.2. Régimen jurídico de la escisión
 - 18.4.3. Efectos de la escisión
 - 18.4.4. Clases de escisión
 - 18.4.4.1. Escisión total
 - 18.4.4.2. Escisión parcial
- 18.5. Combinación de negocios IV
 - 18.5.1. Concepto de segregación de sociedades
 - 18.5.2. Segregación parcial

Módulo 18. Contabilidad avanzada II

- 18.1. Cuentas financieras II
 - 18.1.1. Otras inversiones financieras temporales
 - 18.1.2. Otras cuentas no bancarias
 - 18.1.3. Fianzas y depósitos recibidos y constituidos a corto plazo y ajustes por periodificación
 - 18.1.4. Tesorería
 - 18.1.5. Activos no corrientes mantenidos para la venta y activos y pasivos asociados
 - 18.1.6. Deterioro del valor de inversiones financieras a corto plazo

- 18.6. Concurso de acreedores
 - 18.6.1. Concepto de concurso de acreedores
 - 18.6.2. Clases de concurso
 - 18.6.3. La administración concursal
 - 18.6.4. Consecuencias de la declaración concursal
 - 18.6.5. Esquema contable
- 18.7. Introducción a la revisión de cuentas anuales
 - 18.7.1. Las cuentas anuales
 - 18.7.2. Concepto de auditoría
 - 18.7.3. Objetivos de la revisión de cuentas anuales
 - 18.7.4. Principios fundamentales contables y éticos
 - 18.7.5. Marco normativo
 - 18.7.5.1. Marco normativo de información financiera de imagen fiel
 - 18.7.5.2. Marco normativo de información financiera de cumplimiento
 - 18.7.5.3. Marco normativo de información financiera adecuado
 - 18.7.5.4. Marco normativo de información financiera inadecuado
 - 18.7.5.5. Marco normativo de información financiera que resulta de aplicación para empresas en liquidación
 - 18.7.6. Normativa reguladora de ámbito nacional e internacional
 - 18.7.6.1. Ley 19/1988 de Auditoría de Cuentas (LAC 19/1988)
 - 18.7.6.2. Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas (LAC)
 - 18.7.6.3. 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)
 - 18.7.6.4. Normas internacionales de auditoría adoptadas por la Unión Europea (NIA)
 - 18.7.6.5. Normas técnicas de auditoría (NTA)
 - 18.7.6.6. Usos y costumbres
 - 18.7.6.7. Normas de ética
- 18.8. Partes implicadas en la revisión de cuentas anuales
 - 18.8.1. Entidades obligadas a someterse a auditorías de cuentas anuales
 - 18.8.2. Los auditores de cuentas
 - 18.8.2.1. Requisitos para el ejercicio de la auditoría
 - 18.8.2.2. Responsabilidad de los auditores



- 18.8.2.3. Deber de los auditores
 - 18.8.2.3.1. Deber de independencia
 - 18.8.2.3.2. Deber de conservación y custodia
 - 18.8.2.3.3. Deber de secreto
 - 18.8.2.3.4. Deber de escepticismo y juicio profesional
- 18.9. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)
 - 18.9.1. Naturaleza del ICAC
 - 18.9.2. Funciones del ICAC
 - 18.9.3. Régimen de supervisión
 - 18.9.4. Régimen sancionador
- 18.10. Informe de auditoría de cuentas anuales
 - 18.10.1. Estructura del informe de auditoría
 - 18.10.1.1. Elementos básicos del informe de la auditoría de cuentas anuales
 - 18.10.2. Otros aspectos
 - 18.10.3. Modelo de informe de auditoría

Módulo 19. Contabilidad y fiscalidad

- 19.1. El Plan General de Contabilidad
 - 19.1.1. Marco normativo
 - 19.1.2. Estructura del PGC
 - 19.1.3. Marco conceptual de la contabilidad
 - 19.1.3.1. Cuentas anuales e imagen fiel
 - 19.1.3.2. Requisitos de la información a incluir en las cuentas anuales
 - 19.1.3.3. Principios contables
 - 19.1.3.4. Elementos de las cuentas anuales
 - 19.1.3.5. Criterios de registro o reconocimiento contable de los elementos de las cuentas anuales
 - 19.1.3.6. Criterios de valoración
 - 19.1.3.7. Principios y normas de contabilidad generalmente aceptados
 - 19.1.4. Normas de registro y valoración
 - 19.1.5. Cuentas anuales

- 19.2. Tratamiento contable de compras y ventas de existencias
 - 19.2.1. Normas de registro y valoración de las existencias
 - 19.2.2. Métodos de asignación de valor de las existencias
 - 19.2.3. Cuentas de gastos e ingresos relacionados con las existencias
 - 19.2.4. Valoración de existencias y correcciones valorativas
 - 19.2.5. El IVA en las compras y ventas
- 19.3. Tratamiento contable de acreedores y deudores por operaciones comerciales
 - 19.3.1. Normas de registro y valoración de instrumentos financieros
 - 19.3.2. Operaciones corrientes
 - 19.3.3. Operaciones comerciales con intereses por aplazamiento. Factoring
 - 19.3.4. Operaciones en moneda extranjera
 - 19.3.5. Cuentas de personal y administraciones públicas
 - 19.3.6. Periodificación
 - 19.3.7. Correcciones valorativas
- 19.4. Tratamiento contable del inmovilizado no financiero
 - 19.4.1. Normas de registro y valoración de inmovilizado no financiero
 - 19.4.2. Inmovilizado en curso
 - 19.4.3. Inversiones inmobiliarias
 - 19.4.4. Inmovilizado intangible
 - 19.4.5. Correcciones valorativas
 - 19.4.6. Activos mantenidos para la venta
 - 19.4.7. Arrendamiento financiero
- 19.5. Tratamiento contable de los instrumentos financieros
 - 19.5.1. Normas de registro y valoración de instrumentos financieros
 - 19.5.2. Clasificación de instrumentos financieros
 - 19.5.2.1. Inversiones mantenidas hasta el vencimiento
 - 19.5.2.2. Activos financieros mantenidos para negociar
 - 19.5.2.3. Activos financieros disponibles para la venta
 - 19.5.2.4. Inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociadas
 - 19.5.2.5. Créditos no comerciales
 - 19.5.2.6. Créditos, préstamos y otros débitos
 - 19.5.2.7. Empréstitos y otras emisiones análogas
 - 19.5.2.8. Pasivos financieros mantenidos para negociar
 - 19.5.3. Fianzas, depósitos y otras cuentas no bancarias
 - 19.5.4. Ajustes por periodificación
- 19.6. Tratamiento contable de fondos propios, subvenciones y provisiones
 - 19.6.1. Fuentes de financiación propias
 - 19.6.2. Instrumentos de patrimonio
 - 19.6.3. Subvenciones, donaciones y legados
 - 19.6.4. Provisiones y pagos basados en instrumentos del patrimonio
- 19.7. Tratamiento contable de gastos e ingresos y operaciones derivadas del din del ejercicio económico
 - 19.7.1. Tratamiento contable de gastos
 - 19.7.1.1. Compras de existencias
 - 19.7.1.2. Servicios exteriores
 - 19.7.1.3. Tributos
 - 19.7.1.4. Gastos de personal
 - 19.7.1.5. Otros gastos de gestión
 - 19.7.1.6. Gastos financieros
 - 19.7.1.7. Pérdidas procedentes de activos no corrientes y gastos excepcionales
 - 19.7.2. Tratamiento contable de ingresos
 - 19.7.2.1. Ventas de existencias
 - 19.7.2.2. Trabajos realizados para la empresa
 - 19.7.2.3. Subvenciones, donaciones y legados
 - 19.7.2.4. Otros ingresos de gestión
 - 19.7.2.5. Ingresos financieros
 - 19.7.2.6. Beneficios procedentes de activos no corrientes e ingresos
 - 19.7.3. Operaciones derivadas del fin del ejercicio económico
 - 19.7.3.1. Variación de existencias
 - 19.7.3.2. Amortizaciones
 - 19.7.3.3. Pérdidas por deterioro y otras dotaciones
 - 19.7.3.4. Reversión del deterioro y exceso de provisiones

- 19.8. Introducción al sistema tributario español. Impuestos locales
 - 19.8.1. Sistema tributario español
 - 19.8.2. Normativa aplicable
 - 19.8.3. Impuesto de Actividades Económicas
 - 19.8.4. Impuesto sobre Bienes Inmuebles
 - 19.8.5. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados
- 19.9. Impuesto sobre sociedades
 - 19.9.1. Normativa aplicable
 - 19.9.2. Diferencias entre resultado contable y fiscal
 - 19.9.2.1. Amortizaciones
 - 19.9.2.2. Arrendamientos financieros
 - 19.9.2.3. Correcciones de valor por deterioro y provisiones
 - 19.9.2.4. Gastos no deducibles
 - 19.9.3. Deuda tributaria. Deducciones y bonificaciones
 - 19.9.4. Retenciones y pagos a cuenta
 - 19.9.5. Incentivos fiscales de reducida dimensión
- 19.10. Impuesto sobre la renta de las personas físicas
 - 19.10.1. Normativa aplicable
 - 19.10.2. Conceptos generales
 - 19.10.2.1. Tipos de rentas
 - 19.10.2.2. Rentas no sujetas y exentas
 - 19.10.3. Tipos de rentas
 - 19.10.3.1. Rendimientos del trabajo
 - 19.10.3.2. Rendimientos del capital inmobiliario
 - 19.10.3.3. Rendimientos del capital mobiliario
 - 19.10.3.4. Rendimientos de actividades económicas
 - 19.10.3.5. Ganancias y pérdidas patrimoniales
 - 19.10.3.6. Imputación de rentas
 - 19.10.3.7. Liquidación del impuesto
 - 19.10.3.7.1. Base liquidable
 - 19.10.3.7.2. Mínimo personal y familiar
 - 19.10.3.7.3. Cuota íntegra
 - 19.10.3.7.4. Cuota líquida
 - 19.10.3.7.5. Cuota diferencia

Módulo 20. Análisis de estados económicos-financieros

- 20.1. La información contable contenida en los estados financieros
 - 20.1.1. Objetivos generales de la información contable
 - 20.1.2. El Balance: Naturaleza, significado y componentes
 - 20.1.3. La Cuenta de Resultados: Naturaleza, significado y componentes
 - 20.1.4. El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto: Significado y componentes
 - 20.1.5. El Estado de Flujos de Efectivo: Significado y componentes
- 20.2. Las técnicas del análisis económico-financiero
 - 20.2.1. Objetivos del análisis económico-financiero
 - 20.2.2. Métodos de análisis
 - 20.2.3. Análisis económico y análisis financiero
 - 20.2.4. Clasificación financiera del *balance*
 - 20.2.5. Estructura económica de la cuenta de resultados
- 20.3. Análisis de la situación financiera a corto plazo I
 - 20.3.1. El equilibrio a corto plazo
 - 20.3.2. El Fondo de Maniobra o Capital Circulante
 - 20.3.3. El Periodo medio de maduración o el ciclo de explotación
 - 20.3.4. El Fondo de Maniobra necesario
- 20.4. Análisis de la situación financiera a corto plazo II
 - 20.4.1. Las ratios: concepto y significado
 - 20.4.2. Principales ratios utilizados en el análisis de los estados financieros: Solvencia y liquidez
 - 20.4.3. Ratios de giro de los componentes del Capital Circulante
- 20.5. Análisis de la situación financiera a largo plazo I
 - 20.5.1. Estructura Económico-Financiera: Activo, Pasivo y Patrimonio Neto
 - 20.5.2. Relación entre Pasivo y Patrimonio Neto
 - 20.5.3. Garantía y Endeudamiento
 - 20.5.4. El efecto apalancamiento
- 20.6. Análisis de la situación financiera a largo plazo II
 - 20.6.1. Análisis de la generación de beneficios
 - 20.6.2. Análisis de la generación de fondos

- 20.7. Análisis de la situación económica: Rentabilidades
 - 20.7.1. La Rentabilidad de la Inversión (ROI) y sus componentes
 - 20.7.2. La Rentabilidad Financiera o de los Fondos propios (ROE)
 - 20.7.3. La Rentabilidad para el accionista
- 20.8. Aplicación de los conceptos de ROA y ROE: El coste medio ponderado de capital
 - 20.8.1. El coste medio ponderado de capital
 - 20.8.2. Los factores que determinan el coste de capital
 - 20.8.3. El cálculo del coste del capital
 - 20.8.4. La determinación del coste de cada fuente financiera
- 20.9. Cuantificación de los efectos financieros y económicos que tienen las decisiones de inversión y financiación
 - 20.9.1. Planteamiento de la cuestión a través de un ejemplo
 - 20.9.2. El apalancamiento financiero
 - 20.9.3. La estructura financiera
- 20.10. Análisis global de los estados financieros: Caso práctico

Módulo 21. Análisis de gestión de instrumentos financieros

- 21.1. Introducción al sistema financiero e instituciones
 - 21.1.1. Cuestiones generales
 - 21.1.2. Organización del sistema financiero
 - 21.1.3. Instituciones financieras
 - 21.1.4. Mercados financieros
 - 21.1.5. Activos financieros
 - 21.1.6. El sistema financiero español
- 21.2. Deuda Pública a corto plazo
 - 21.2.1. Introducción
 - 21.2.2. Las Letras del Tesoro: Definición y características
 - 21.2.3. Las Letras del Tesoro: Forma de emisión
 - 21.2.4. Mercado secundario de letras del Tesoro
- 21.3. Deuda Pública a largo plazo
 - 21.3.1. Introducción
 - 21.3.2. Bonos y Obligaciones del Estado: Definición y características
 - 21.3.3. Bonos y Obligaciones: Forma de emisión
 - 21.3.4. Mercados secundarios de Bonos y Obligaciones del Estado

- 21.4. Deuda Corporativa a corto plazo
 - 21.4.1. Introducción
 - 21.4.2. Pagarés de Empresa y otros activos empresariales a corto plazo: Definición y características
 - 21.4.3. Pagarés de Empresa: Forma de emisión
 - 21.4.4. Mercados secundarios de Pagarés de Empresa
- 21.5. Deuda Corporativa a largo plazo
 - 21.5.1. Introducción
 - 21.5.2. Bonos y Obligaciones Corporativos: Definición y características
 - 21.5.3. Bonos y Obligaciones Corporativos: Forma de emisión
 - 21.5.4. Mercados secundarios de Deuda Corporativa
- 21.6. La renta variable: Acciones
 - 21.6.1. Introducción
 - 21.6.2. ¿Qué son las acciones?
 - 21.6.3. Valoración de Opciones
 - 21.6.4. Vigilancia y supervisión oficial del mercado
 - 21.6.5. Las Empresas de Servicios de Inversión
 - 21.6.6. Ofertas públicas con acciones: OPA, OPE, OPS y OPV
 - 21.6.7. Operativa de Crédito al Mercado
- 21.7. Las Divisas
 - 21.7.1. Introducción a Divisas
 - 21.7.2. El Tipo de Cambio
 - 21.7.3. Factores que afectan al Tipo de Cambio
 - 21.7.4. Operaciones con Divisas
 - 21.7.5. Características del Mercado de Divisas
- 21.8. Instrumentos derivados: *Forwards* y Futuros
 - 21.8.1. Introducción a los derivados
 - 21.8.2. Mercado Español de Futuros Financieros (MEFF)
 - 21.8.3. Los *Forwards*. Definición y estrategias
 - 21.8.4. Los Futuros. Definición y Estrategias
 - 21.8.5. Ejemplos de operaciones con *Forwards* y Futuros

- 21.9. Instrumentos derivados: Opciones
 - 21.9.1. Introducción a las Opciones
 - 21.9.2. Posiciones básicas con Opciones
 - 21.9.3. Valor Intrínseco y Valor Temporal en Opciones
 - 21.9.4. Ejemplos de operaciones con Opciones
 - 21.10. Instrumentos derivados: Swaps
 - 21.10.1. Introducción a las permutas financieras o Swaps
 - 21.10.2. Características de las operaciones Swap
 - 21.10.3. Clases de Swaps
 - 21.10.4. Ejemplos de operaciones con Swaps
- Módulo 22. Combinaciones de negocios y valoración de empresas**
- 22.1. Razones estratégicas para la adquisición y valoración de una empresa
 - 22.1.1. Motivos para valorar una empresa: El proceso de compraventa como herramienta de crecimiento
 - 22.1.2. Financiación apalancada. Capital riesgo (*venture capital, private equity, family offices*)
 - 22.1.3. Tipos de Operaciones, Buy out: LBO, MBO, MBI y BIMBO
 - 22.1.4. Aspectos clave en los procesos de fusiones y adquisiciones
 - 22.1.5. Nuevas formas de inversión en capital privado, el *crowdfunding*
 - 22.2. Metodologías de valoración del mercado
 - 22.2.1. Valoración por múltiplos de empresas cotizadas
 - 22.2.2. Valoración por múltiplos de transacciones privadas versus mercados cotizados: La prima de iliquidez
 - 22.2.3. Fórmulas analíticas de los múltiplos
 - 22.2.4. Casos prácticos
 - 22.3. Metodología de Flujo de Caja Descontado (DCF)
 - 22.3.1. Método de descuento de Flujos de Caja Libre
 - 22.3.2. El Flujo de Caja Libre
 - 22.3.3. La Tasa de Inversión Neta (TIN)
 - 22.3.4. El valor residual
 - 22.3.5. La tasa de descuento, coste medio ponderado del capital o WACC
 - 22.3.6. El valor de la empresa
 - 22.3.7. Cálculo de la deuda financiera neta, los pasivos contingentes y el valor de las acciones
 - 22.3.8. Casos prácticos
 - 22.4. Una visión más profunda: Modelización de la empresa a valorar
 - 22.4.1. Análisis de la información contable, cálculo de tendencias. TAC's y promedios: Identificación de los "value drivers"
 - 22.4.2. Proyecciones de ingresos por líneas de negocio, costes directos e indirectos
 - 22.4.3. Proyecciones de EBITDA, en función de históricos, tendencias de mercado y plan estratégico de la compañía
 - 22.4.4. Hipótesis de amortizaciones y necesidades de inversión
 - 22.4.5. Cálculo del periodo medio de maduración histórico
 - 22.4.6. Cálculo del Fondo de Maniobra Necesario
 - 22.4.7. Flujo de Caja Libre, Flujo de Caja de la Deuda y Flujo de Caja del Accionista
 - 22.4.8. Proyecciones del *balance*
 - 22.5. Análisis e inclusión del riesgo en una compraventa
 - 22.5.1. Una visión más exhaustiva del coste medio ponderado del capital
 - 22.5.2. El coste de los recursos ajenos
 - 22.5.3. El coste de los recursos propios, la metodología del dividendo
 - 22.5.4. El CAPM para calcular el coste del capital de empresas cotizadas
 - 22.5.5. Cálculo de la Beta para empresas no cotizadas a partir de datos de cotizadas
 - 22.5.6. El CAPM para empresas no cotizadas: primas de tamaño y primas de iliquidez
 - 22.5.7. Casos prácticos
 - 22.6. Incertidumbre y riesgo, la inclusión de la aleatoriedad
 - 22.6.1. Creación de escenarios, cálculo y uso de la volatilidad para crear intervalos de valor
 - 22.6.2. Simulación Montecarlo
 - 22.6.3. Análisis de sensibilidad
 - 22.6.4. Precio vs valor: El valor de las sinergias. Reducción del riesgo a través de la forma de pago
 - 22.6.5. Casos prácticos
 - 22.7. Solución de dos casos prácticos integrados
 - 22.7.1. Valoración de una empresa del sector servicios
 - 22.7.2. Valoración de una empresa de producción
 - 22.8. Otras metodologías de valoración
 - 22.8.1. Metodología del "equity"
 - 22.8.2. Metodología del EVA

- 22.9. Las combinaciones de negocios en los estados contables
 - 22.9.1. IFRS 3, IFRS 13, NIC 38
 - 22.9.2. El Fondo de Comercio
 - 22.9.3. Reconocimiento de otros activos intangibles
- 22.10. Valoración de intangibles
 - 22.10.1. 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
 - 22.10.2. Métodos para calcular el valor de la marca
 - 22.10.2.1. Método del *royalty*
 - 22.10.2.2. Método Interbrand

Módulo 23. Consolidación de estados financieros

- 23.1. La consolidación contable. Introducción
 - 23.1.1. Introducción
 - 23.1.1.1. Concepto de consolidación
 - 23.1.1.2. Normativa para la formulación de las cuentas anuales consolidadas
 - 23.1.2. Sujetos de la consolidación
 - 23.1.3. Obligación de consolidar
 - 23.1.4. Métodos de consolidación
- 23.2. Método de integración global. Parte I
 - 23.2.1. Introducción
 - 23.2.2. Homogeneizaciones
 - 23.2.3. Agregaciones y método de adquisición
 - 23.2.4. Eliminaciones
- 23.3. Método de integración global. Parte II
 - 23.3.1. Introducción
 - 23.3.2. Escenario 1: Variación de la inversión sin modificación del porcentaje de participación. Modificaciones de la participación
 - 23.3.3. Escenario 2: Variación en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
 - 23.3.3.1. Incremento en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
 - 23.3.3.2. Decremento en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control



- 23.3.4. Escenario 3: Disminución del porcentaje de participación que supone pérdida de control
- 23.3.5. Casos particulares y excepciones al método de adquisición
- 23.4. Método de integración global. Parte III
 - 23.4.1. Introducción
 - 23.4.2. Casos particulares
 - 23.4.2.1. Participaciones indirectas
 - 23.4.2.2. Adquisiciones inversas
 - 23.4.2.3. Otras adquisiciones
- 23.5. Método de integración global. Parte IV
 - 23.5.1. Introducción
 - 23.5.2. Eliminaciones de partidas intragrupo y de resultados
 - 23.5.3. Operaciones intragrupo no financieras
- 23.6. Método de integración global. Parte V
 - 23.6.1. Introducción
 - 23.6.2. Eliminaciones No Patrimoniales.
 - 23.6.3. Operaciones intragrupo financieras.
- 23.7. Procedimiento de puesta en equivalencia
 - 23.7.1. Introducción. Descripción del procedimiento
 - 23.7.2. Valoración en ejercicios posteriores mediante procedimiento de puesta en equivalencia
 - 23.7.3. Operaciones intragrupo entre sociedades puestas en equivalencia y empresas del grupo
 - 23.7.4. Modificación de la participación
 - 23.7.5. Deterioros de valor y pérdida de condición de multigrupo asociada
- 23.8. Método de integración proporcional
 - 23.8.1. Definición y criterios aplicables
 - 23.8.2. Aportaciones no dinerarias
 - 23.8.3. Negocios conjuntos mantenidos para la venta
 - 23.8.4. Otros
 - 23.8.5. Inversiones y desinversiones en entidades bajo control conjunto
 - 23.8.6. Participaciones previas a la consideración de multigrupo
 - 23.8.7. Pérdida de condición multigrupo
 - 23.8.8. Extinción de la relación de control conjunto

- 23.9. Otras normas aplicables a la consolidación
 - 23.9.1. Introducción
 - 23.9.2. Conversión de cuentas anuales en moneda extranjera (arts. 59 a 67)
 - 23.9.3. Otras normas aplicables a la consolidación
- 23.10. Cuentas anuales consolidadas
 - 23.10.1. Introducción
 - 23.10.2. Normas generales de las cuentas anuales consolidadas
 - 23.10.3. El Balance de Situación consolidado
 - 23.10.4. La Cuenta de P y G consolidada
 - 23.10.5. Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado
 - 23.10.6. Estado de flujos de efectivo consolidado
 - 23.10.7. La Memoria consolidada

Módulo 24. Planificación financiero-contable para la toma de decisiones empresariales

- 24.1. La planificación económico-financiera en la empresa
 - 24.1.1. La importancia de la planificación económico-financiera
 - 24.1.2. Consideraciones generales sobre la estrategia empresarial
 - 24.1.3. El papel de los presupuestos en la planificación
 - 24.1.4. Centros de control de la empresa y de áreas de responsabilidad
- 24.2. Estructura y proceso presupuestario
 - 24.2.1. El presupuesto maestro de la empresa
 - 24.2.1.1. Presupuesto operativo
 - 24.2.1.2. Presupuesto de inversión/desinversión
 - 24.2.2. Presupuesto de tesorería
 - 24.2.3. Clasificación y técnicas de elaboración presupuestaria
 - 24.2.3.1. Presupuestos base cero
 - 24.2.3.2. Presupuestos basados en actividades
 - 24.2.3.3. Presupuestos flexibles
 - 24.2.4. Errores a evitar en el proceso presupuestario

- 24.3. Pasos para la elaboración de un presupuesto de explotación I
 - 24.3.1. Presupuesto de ingresos
 - 24.3.2. Presupuesto de producción
 - 24.3.2.1. Determinación de existencias
 - 24.3.2.2. Presupuesto de compras
 - 24.3.2.3. MOD
- 24.4. Pasos para la elaboración de un presupuesto de explotación II
 - 24.4.1. Presupuestos de distribución
 - 24.4.2. Presupuestos comerciales
 - 24.4.3. Presupuestos de gastos generales
- 24.5. El presupuesto de capital
 - 24.5.1. El presupuesto de capital desde la perspectiva contable
 - 24.5.2. Los empleos
 - 24.5.2.1. Gastos de inversión
 - 24.5.2.2. Necesidades netas de capital corriente
 - 24.5.2.3. Las amortizaciones financieras
 - 24.5.3. Los recursos financieros
 - 24.5.3.1. La autofinanciación
 - 24.5.3.2. La financiación externa
 - 24.5.3.3. Recursos extraordinarios
- 24.6. El presupuesto de tesorería
 - 24.6.1. Estado de flujos de efectivo de explotación
 - 24.6.2. Estado de flujos de efectivo de inversión/desinversión
 - 24.6.3. Estado de flujos de efectivo provenientes de actividades de financiación
- 24.7. La elaboración de los estados financieros provisionales
 - 24.7.1. La cuenta de pérdidas y ganancias provisional
 - 24.7.2. El Balance Previsional
 - 24.7.3. El estado de tesorería
- 24.8. Instrumentos y herramientas de análisis en el control presupuestario operativo
 - 24.8.1. El uso de presupuesto flexible para el cálculo de variaciones
 - 24.8.2. Cálculo de las variaciones para el volumen, precio y eficiencia de las partidas
 - 24.8.3. Cálculo de costes estándar y tasas presupuestadas

- 24.9. El control presupuestario de explotación a través de casos prácticos
 - 24.9.1. Desviaciones en el presupuesto de ventas
 - 24.9.2. Desviaciones en los costes directos
 - 24.9.3. Desviaciones en el presupuesto de costes indirectos
 - 24.9.4. Desviaciones en el presupuesto costes indirectos fijos
 - 24.9.5. Interpretación de las variaciones
- 24.10. El presupuesto de la empresa y el cuadro de mando integral
 - 24.10.1. Consideraciones generales sobre la estrategia empresarial
 - 24.10.2. Qué es el cuadro de mando integral
 - 24.10.3. Elaboración del CMI y principales indicadores

Módulo 25. Creación y financiación de *startups*

- 25.1. Creación de una *startup*
 - 25.1.1. De la idea al modelo empresarial
 - 25.1.2. Los socios
 - 25.1.3. Consideraciones jurídicas
 - 25.1.4. Organización y cultura
 - 25.1.5. Capital riesgo y gestión emprendedora
- 25.2. Gestión financiera y administración de *startups*
 - 25.2.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
 - 25.2.2. Métricas financieras para *startups*
 - 25.2.3. Planificación financiera: Modelos de proyecciones y su interpretación
 - 25.2.4. Métodos de valoración
 - 25.2.5. Aspectos legales
- 25.3. El plan de negocio
 - 25.3.1. Contenido
 - 25.3.2. Presentación
 - 25.3.3. SWOT
 - 25.3.4. Modelo Canvas

- 25.4. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación
 - 25.4.1. Fase de *Seed*
 - 25.4.2. Fase de *Startup*
 - 25.4.3. Fase de *Growth*
 - 25.4.4. Fase de Consolidación
- 25.5. Financiación de *startups*
 - 25.5.1. Financiación bancaria
 - 25.5.2. Subvenciones
 - 25.5.3. Capital semilla y aceleradoras. *Business Angels*
 - 25.5.4. Venture Capital. IPO
 - 25.5.5. *Public to Private Partnership*
- 25.6. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales
 - 25.6.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
 - 25.6.2. Entidades de *Venture Capital* nacionales e internacionales
 - 25.6.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc. *Bstartup*
 - 25.6.4. FOND-ICO Global
 - 25.6.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & play

Módulo 26. Normativa internacional

- 26.1. Arquitectura contable internacional. Marco conceptual
 - 26.1.1. Características generales
 - 26.1.2. Objetivo de la información financiera con propósito general
 - 26.1.3. Características cualitativas de la información financiera útil
 - 26.1.4. Elementos de los estados financieros
- 26.2. Presentación de estados financieros (NIC 1, NIIF 1)
 - 26.2.1. Introducción: Objetivo, alcance
 - 26.2.2. Definiciones
 - 26.2.3. Estados financieros
 - 26.2.4. Estructura y contenido
- 26.3. Estado de Flujo de Efectivo (NIC7)
 - 26.3.1. Introducción: Objetivo, alcance
 - 26.3.2. Presentación de un Estado de Flujos de Efectivo
 - 26.3.3. Información sobre Flujos de Efectivo de las actividades de operación
 - 26.3.4. Información sobre Flujos de Efectivo de las actividades de inversión y financiación
- 26.4. Inventarios (NIC 2)
 - 26.4.1. Introducción: Objetivo, alcance
 - 26.4.2. Definiciones
 - 26.4.3. Medición de los inventarios
 - 26.4.4. Reconocimiento como un gasto
- 26.5. Propiedades, planta y equipo (NIC 16)
 - 26.5.1. Objetivo
 - 26.5.2. Alcance
 - 26.5.3. Definiciones
 - 26.5.4. Reconocimiento
 - 26.5.5. Medición en el momento del reconocimiento
 - 26.5.6. Medición posterior del reconocimiento
 - 26.5.7. Baja en cuentas
- 26.6. Propiedades de inversión (NIC 40)
 - 26.6.1. Clasificación de propiedades como propiedades de inversión
 - 26.6.2. Medición en el momento del reconocimiento
 - 26.6.3. Medición posterior del reconocimiento
 - 26.6.4. Baja en cuentas
- 26.7. Activos intangibles (NIC 38)
 - 26.7.1. Reconocimiento como gasto
 - 26.7.2. Medición posterior al reconocimiento
 - 26.7.3. Vida útil
 - 26.7.4. Activos intangibles con vidas útiles finitas
 - 26.7.5. Activos intangibles con vidas útiles indefinidas
- 26.8. Costes por préstamos (intereses) (NIC 23)
 - 26.8.1. Costos por préstamos susceptibles de capitalización
 - 26.8.2. Inicio de la capitalización
 - 26.8.3. Suspensión de la capitalización
- 26.9. Deterioro de valor de los activos (NIC 36)
 - 26.9.1. Identificación de un activo que podría estar deteriorado
 - 26.9.2. Medición del importe recuperable
 - 26.9.3. Reconocimiento y medición de la pérdida por deterioro de valor
 - 26.9.4. Unidades generadoras de efectivo
 - 26.9.5. Reversión de las pérdidas por deterioro de valor

- 26.10. Segmentos de operación (NIIF 8)
 - 26.10.1. Principio básico
 - 26.10.2. Alcance
 - 26.10.3. Segmentos de operación
 - 26.10.4. Segmentos sobre los que debe informarse

Módulo 27. Finanzas internacionales

- 27.1. *Business & international strategy*
 - 27.1.1. Internacionalización
 - 27.1.2. Globalización
 - 27.1.3. *Growth & development in emerging markets*
 - 27.1.4. Sistema monetario internacional
- 27.2. Mercado de divisas
 - 27.2.1. Operaciones con divisas
 - 27.2.2. El mercado anticipado de divisas
 - 27.2.3. Instrumentos derivados para la cobertura del riesgo del tipo cambio y tipo de interés
 - 27.2.4. Apreciación y depreciación de la moneda
- 27.3. Medios de pago y cobro internacionales
 - 27.3.1. Billetes, cheque personal y cheque bancario
 - 27.3.2. Transferencia, orden de pago y remesa
 - 27.3.3. Cláusulas y créditos documentarios
 - 27.3.4. Factorización, permuta internacional y otros medios
- 27.4. Financiación de operaciones en mercados internacionales
 - 27.4.1. *Incoterms*
 - 27.4.2. Instrumentos derivados para la cobertura de posibles fluctuaciones del precio de las materias primas
 - 27.4.3. Créditos a la exportación con apoyo oficial
 - 27.4.4. Cobertura con contratos de intercambio (*Swap*)
 - 27.4.5. El consenso OCDE



- 27.5. Instituciones financieras internacionales
 - 27.5.1. El fondo para la internacionalización de la empresa
 - 27.5.2. El Grupo del Banco Mundial
 - 27.5.3. El Banco Interamericano de Desarrollo
 - 27.5.4. El Banco de Desarrollo del Caribe
- 27.6. Formación de las tasas de cambio
 - 27.6.1. Teoría de la paridad de las tasas de interés
 - 27.6.2. Teoría de las expectativas de los tipos de cambio
 - 27.6.3. Teoría de la Paridad del Poder Adquisitivo (PPA)
 - 27.6.4. Equilibrio del mercado de capitales
- 27.7. Programas de conversión de deuda
 - 27.7.1. Marco legal
 - 27.7.2. Funcionamiento
 - 27.7.3. Conversión de Deuda en Inversiones Públicas
 - 27.7.4. Conversión de Deuda en Inversiones Privadas
- 27.8. Mercado bursátil internacional
 - 27.8.1. Mercado Wall Street (New York)
 - 27.8.2. Mercado del oro
 - 27.8.3. Deuda externa mundial
 - 27.8.4. Club de París
 - 27.8.5. Mercado de títulos ADR y GDR

“

Podrás consultar todas tus dudas directamente con el personal docente, resultando en una tutorización personalizada a tus propias demandas”

04

Objetivos docentes

Por medio de este Grand Master, los expertos serán capaces de gestionar y optimizar los recursos financieros de las organizaciones mediante estrategias contables avanzadas. Al mismo tiempo, obtendrán competencias avanzadas como análisis financiero, pensamiento estratégico, comunicación eficaz, manejo de herramientas tecnológicas financieras, liderazgo, negociación y ética profesional. Además, están preparados para diseñar sistemas contables robustos, asesorar en decisiones financieras estratégicas y asegurar el cumplimiento normativo, contribuyendo al crecimiento y sostenibilidad económica de las empresas.





“

Manejarás herramientas tecnológicas y sistemas de información financiera que aumenten la precisión en la gestión de recursos”



Objetivos generales

- ♦ Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección
- ♦ Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo
- ♦ Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- ♦ Crear estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos
- ♦ 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
- ♦ Entender el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios
- ♦ Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas
- ♦ Ser capaz de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa
- ♦ Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento...
- ♦ Desarrollar competencias para diseñar estrategias financieras alineadas con la estrategia de la empresa





Objetivos específicos

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

- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo ético que integren principios de responsabilidad social empresarial en la toma de decisiones
- ♦ Capacitar en la implementación de políticas de responsabilidad social que generen un impacto positivo en la comunidad y el entorno

Módulo 2. Dirección estratégica y Management Directivo

- ♦ Ahondar en la formulación y ejecución de estrategias empresariales eficaces
- ♦ Obtener competencias en la gestión de equipos directivos para mejorar el rendimiento organizacional

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Profundizar en la gestión efectiva del talento humano, enfocándose en la atracción, desarrollo y retención de los empleados clave
- ♦ Ser capaz de crear y gestionar equipos de alto rendimiento alineados con los objetivos organizacionales

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- ♦ Manejar herramientas innovadoras para la toma de decisiones financieras estratégicas que optimicen los recursos y aseguren la rentabilidad de la empresa
- ♦ Capacitar en la elaboración y gestión de presupuestos, informes financieros y el análisis de la viabilidad de proyectos

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- ♦ Desarrollar competencias en la planificación, coordinación y control de las operaciones logísticas dentro de la cadena de suministro
- ♦ Optimizar los procesos operacionales y reducir los costos asociados a la logística empresarial

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- ♦ Optimizar la gestión de sistemas de información para mejorar la eficiencia organizacional
- ♦ Desarrollar habilidades para tomar decisiones sobre la implementación de sistemas de información alineados a los objetivos empresariales

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- ♦ Formar en la creación y ejecución de estrategias comerciales y de marketing que alineen la oferta empresarial con las demandas del mercado
- ♦ Desarrollar competencias en la gestión de la comunicación corporativa para fortalecer la imagen de marca

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- ♦ Dominar el uso de herramientas y metodologías para realizar investigaciones de mercado que identifiquen oportunidades de negocio
- ♦ Gestionar campañas publicitarias efectivas y tomar decisiones estratégicas en la dirección comercial

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- ♦ Fomentar la capacidad para gestionar proyectos innovadores que aporten valor y diferencien a la empresa en el mercado
- ♦ Desarrollar competencias en la planificación, ejecución y control de proyectos con un enfoque en la innovación y la sostenibilidad

Módulo 10. Management Directivo

- ♦ Obtener habilidades para liderar equipos directivos en entornos empresariales dinámicos y globalizados
- ♦ Capacitar para la toma de decisiones estratégicas que optimicen los recursos y mejoren el desempeño organizacional

Módulo 11. Planificación estratégica y control de gestión

- ♦ Desarrollar competencias para diseñar e implementar estrategias organizacionales
- ♦ Gestionar la planificación y el control de los recursos y procesos para asegurar la alineación con los objetivos a largo plazo de la empresa

Módulo 12. Riesgo financiero y finanzas corporativas

- ♦ Capacitar en la identificación, evaluación y gestión de los riesgos financieros en las empresas
- ♦ Crear estrategias para mitigar dichos riesgos y optimizar las decisiones financieras corporativas

Módulo 13. Viabilidad de proyectos de inversión

- ♦ Ser capaz de evaluar la viabilidad de proyectos de inversión, analizando aspectos financieros, económicos y de riesgo
- ♦ Utilizar herramientas de análisis como valor actual neto y la tasa interna de retorno

Módulo 14. Ético-jurídico-fiscal

- ♦ Proporcionar un marco de referencia ético, jurídico y fiscal en el que se desarrollan las decisiones financieras
- ♦ Garantizar que las prácticas empresariales sean conformes con la normativa y los principios éticos establecidos

Módulo 15. Contabilidad directiva

- ♦ Desarrollar competencias en contabilidad directiva
- ♦ Interpretar la información financiera para optimizar la toma de decisiones estratégicas en la gestión de una organización

Módulo 16. Contabilidad avanzada I

- ♦ Capacitar en los principios y técnicas avanzadas de contabilidad
- ♦ Abordar temas como la consolidación de estados financieros, la valoración de activos y pasivos, y los principios contables internacionales



Módulo 17. Contabilidad de gestión para la toma de decisiones

- ♦ Proporcionar herramientas de contabilidad de gestión para optimizar la toma de decisiones empresariales
- ♦ Ahondar en la planificación, control de costos y análisis de rentabilidad

Módulo 18. Contabilidad avanzada II

- ♦ Ampliar el conocimiento en contabilidad avanzada, abordando aspectos como la contabilidad para la toma de decisiones empresariales complejas
- ♦ Profundizar en la gestión de impuestos y la consolidación de información financiera a nivel internacional

Módulo 19. Contabilidad y fiscalidad

- ♦ Ahondar en la contabilidad fiscal, integrando la gestión de impuestos y los aspectos fiscales en la toma de decisiones contables y financieras de la organización
- ♦ Crear de informes financieros y fiscales claros y precisos, incluyendo la elaboración de balances

Módulo 20. Análisis de estados económicos-financieros

- ♦ Desarrollar la capacidad de analizar e interpretar estados financieros y económicos, utilizando herramientas como el análisis horizontal y vertical, ratios financieros y análisis de rentabilidad
- ♦ Ser capaz de evaluar la salud financiera de una empresa

Módulo 21. Análisis de gestión de instrumentos financieros

- ♦ Capacitar en el análisis y gestión de instrumentos financieros, como acciones, bonos y derivados
- ♦ Tomar decisiones estratégicas basadas en el rendimiento de dichos activos en el contexto del mercado

Módulo 22. Combinaciones de negocios y valoración de empresas

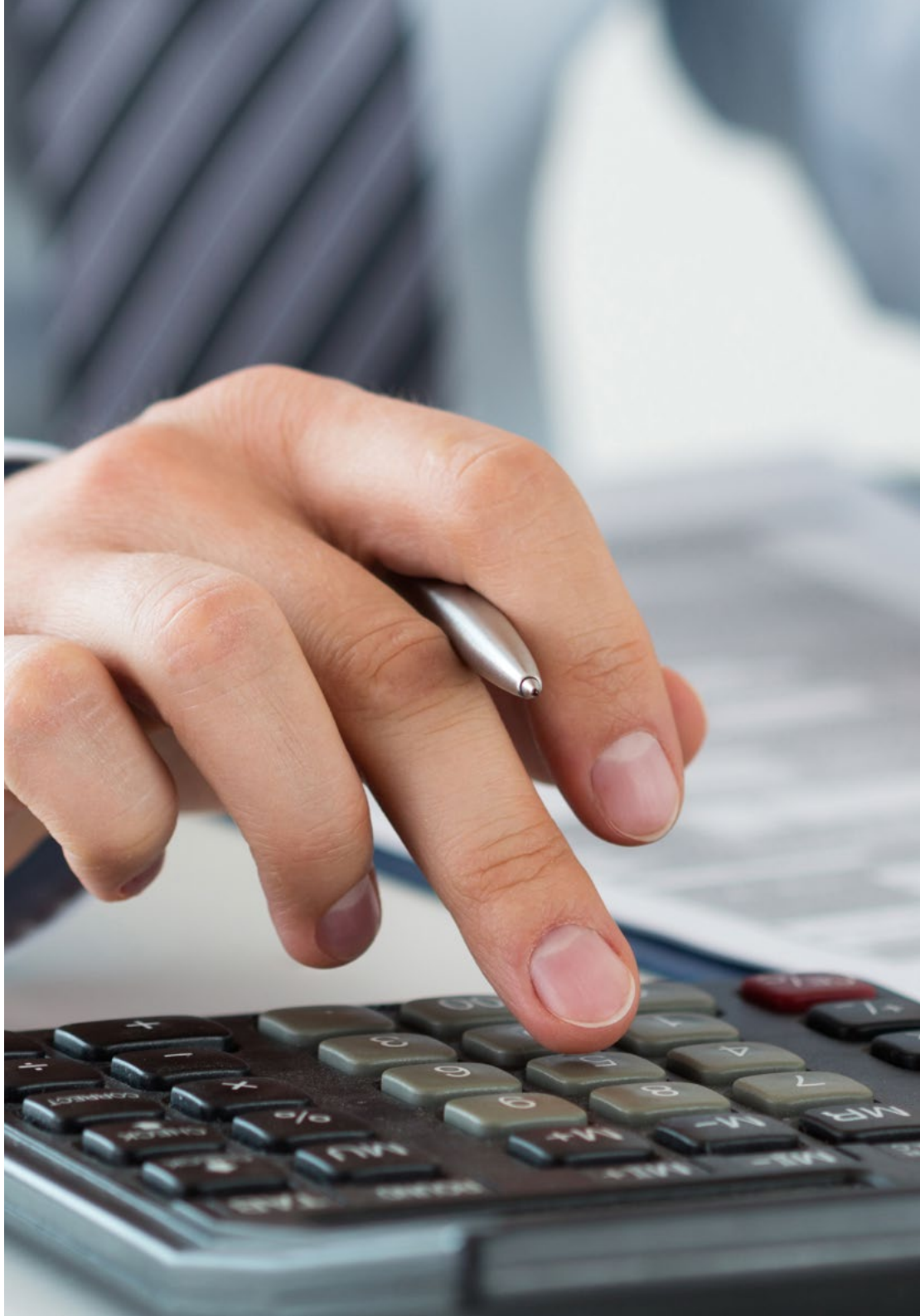
- ♦ Adquirir competencias en la valoración de empresas y en la gestión de combinaciones de negocios, tales como fusiones y adquisiciones
- ♦ Dominar metodologías como el flujo de caja descontado y comparables de mercado

Módulo 23. Consolidación de estados financieros

- ♦ Capacitar en los métodos de consolidación de estados financieros en grupos empresariales
- ♦ Abordar en el tratamiento de transacciones interempresariales y la presentación de información financiera consolidada

Módulo 24. Planificación financiero-contable para la toma de decisiones empresariales

- ♦ Desarrollar competencias para la planificación financiero-contable de la empresa, permitiendo la proyección de estados financieros y la evaluación de opciones de inversión
- ♦ Facilitar la toma de decisiones estratégicas



Módulo 25. Creación y financiación de startups

- ♦ Profundizar en la creación, financiación y gestión financiera de startups
- ♦ Implementar estrategias para atraer inversores, gestionar flujos de caja y asegurar la viabilidad financiera de nuevos proyectos empresariales

Módulo 26. Normativa internacional

- ♦ Proporcionar un conocimiento exhaustivo de la normativa internacional en finanzas y contabilidad, incluyendo los estándares internacionales de información financiera
- ♦ Ahondar en las leyes fiscales globales que afectan las decisiones empresariales

Módulo 27. Finanzas internacionales

- ♦ Desarrollar habilidades en la gestión de finanzas en un entorno globalizado
- ♦ Abordar la gestión de riesgos cambiarios, las operaciones internacionales y las estrategias financieras para empresas que operan en múltiples países y mercados

“*¡Tu camino hacia la excelencia empieza en TECH! Gracias a la modalidad 100% online y a los recursos multimedia disponibles las 24 horas del día, combinarás tus estudios con tu vida profesional!*”

05

Salidas profesionales

Tras finalizar este Grand Master, los profesionales dispondrán de una sólida comprensión sobre las estrategias de gestión financiera más efectivas para abordar diversas necesidades organizacionales y enfrentar desafíos financieros complejos. Al mismo tiempo, los egresados diseñarán e implementarán sistemas contables robustos que faciliten la elaboración de informes financieros precisos y la toma de decisiones estratégicas fundamentadas. De esta forma, los expertos mejorarán significativamente sus perspectivas profesionales y asumirán roles especializados como Director Financiero o Gerente Senior de Contabilidad.





“

Te desempeñarás como Director Financiero, realizando exhaustivos análisis para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento económico de la institución”

Perfil del egresado

El egresado de este programa universitario es un profesional altamente capacitado para gestionar y optimizar los recursos financieros de las organizaciones. Posee un profundo conocimiento de estrategias financieras, análisis contable y herramientas tecnológicas necesarias para garantizar la precisión y eficiencia en la elaboración de informes financieros. Además, está preparado para diseñar e implementar sistemas contables personalizados, colaborar con equipos multidisciplinarios y asesorar en la toma de decisiones estratégicas, promoviendo una gestión financiera sostenible y efectiva.

Supervisarás las operaciones contables diarias, garantizando la precisión de los registros financieros.

- ♦ **Capacidad de Comunicación Eficaz:** Los profesionales desarrollan habilidades para comunicar información financiera de manera clara y comprensible, adaptando su lenguaje y estilo comunicativo a diferentes audiencias, como directivos, inversores y equipos de trabajo, facilitando así la toma de decisiones informadas
- ♦ **Análisis Financiero y Pensamiento Crítico:** Poseen la capacidad de analizar datos financieros complejos, identificar tendencias y evaluar el rendimiento económico de la organización. Utilizan el pensamiento crítico para interpretar información, detectar posibles riesgos y proponer soluciones estratégicas que optimicen los recursos financieros
- ♦ **Liderazgo y Gestión de Equipos:** Desarrollan competencias para liderar y motivar equipos multidisciplinarios en el área financiera. Fomentan un ambiente de trabajo colaborativo y orientado a resultados, promoviendo el desarrollo profesional de los miembros del equipo y asegurando el cumplimiento de los objetivos financieros de la organización
- ♦ **Competencia Digital y Manejo de Tecnología Financiera:** Manejan herramientas y plataformas digitales avanzadas, como software de contabilidad, sistemas de planificación de recursos empresariales y tecnologías de análisis de datos



Después de realizar el Grand Master, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Director Financiero:** Líder responsable de la planificación estratégica financiera de la empresa, supervisando la gestión de presupuestos, inversiones y análisis financiero para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento económico de la organización
- 2. Gerente de Contabilidad:** Profesional encargado de supervisar las operaciones contables diarias, asegurar la precisión de los registros financieros y preparar informes contables que cumplan con las normativas legales y fiscales vigentes
- 3. Consultor Financiero:** Asesora a empresas en la optimización de sus procesos financieros, ofreciendo soluciones estratégicas para mejorar la eficiencia, reducir costos y maximizar la rentabilidad a través de un análisis detallado y recomendaciones personalizadas
- 4. Auditor Interno:** Especialista encargado de evaluar y mejorar la eficacia de los controles internos, asegurando la integridad de la información financiera y el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos por la compañía
- 5. Analista Financiero Senior:** Profesional responsable de realizar análisis financieros avanzados, interpretar datos económicos y elaborar informes detallados que apoyen la toma de decisiones estratégicas por parte de la alta dirección
- 6. Gerente de Tesorería:** Encargado de la gestión de los recursos financieros de la empresa, incluyendo la planificación de flujos de caja, la gestión de inversiones y la supervisión de las relaciones bancarias para garantizar la liquidez y estabilidad financiera
- 7. Director de Planeación Financiera:** Responsable de diseñar e implementar estrategias de planificación financiera a largo plazo, alineando los objetivos financieros con la visión y misión de la organización para impulsar su crecimiento sostenible
- 8. Especialista en Cumplimiento Financiero:** Profesional dedicado a asegurar que la empresa cumpla con todas las normativas y regulaciones financieras locales e internacionales, minimizando riesgos legales y financieros a través de la implementación de políticas de cumplimiento efectivas
- 9. Gerente de Control de Gestión:** Encargado de supervisar y mejorar los procesos de control interno, implementando sistemas de gestión que optimicen el rendimiento financiero y operativo de la organización mediante el seguimiento de indicadores clave de desempeño
- 10. Director de Riesgos Financieros:** Especialista en identificar, evaluar y mitigar los riesgos financieros que puedan afectar a la empresa, desarrollando estrategias de gestión de riesgos que protejan los activos y aseguren la estabilidad económica de la organización



Gestionarás los recursos financieros de las empresas, incluyendo aspectos como la planificación de flujos de caja o la gestión de inversiones”

06

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



07

Cuadro docente

Para el diseño e impartición del presente Grand Master, TECH ha reunido a los especialistas más destacados en el ámbito de la Alta Dirección Financiera, Experto Contable. De este modo, han elaborado múltiples contenidos didácticos que destacan tanto por su elevada calidad como por adaptarse a las exigencias del mercado laboral actual. Así pues, los egresados tienen las garantías que demandan para adentrarse en una experiencia inmersiva que mejorará sus perspectivas laborales significativamente.





“

*Tendrás el respaldo del equipo docente,
conformado por reconocidos expertos en
Alta Dirección Financiera y Experto Contable”*

Directora Invitado Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

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



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

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

“

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

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

“

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

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

“

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

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

“

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

Directora Invitado Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Director Invitado Internacional

Erdi Karaca es un líder destacado en el desarrollo de **productos bancarios y financieros**, especializado en **estrategias digitales, datos e Inteligencia Artificial**. Con un enfoque en la creación de soluciones innovadoras, ha contribuido al avance de la **banca digital** y a la implementación de **tecnologías emergentes** en el **sector financiero**. De hecho, sus intereses incluyen la integración de la IA para mejorar la **experiencia del cliente** y la optimización de **procesos bancarios**, así como el diseño de estrategias para **productos bancarios**.

A lo largo de su carrera, ha ocupado puestos de liderazgo en instituciones globales como **HSBC Kinetic**, donde ha trabajado como **Director de Banca Móvil** y **Codirector de Banca Empresarial**, donde ha liderado equipos en el desarrollo de **HSBC Kinetic** y de **servicios móviles** para la **banca empresarial** en el **Reino Unido**. Además, su gestión se ha centrado en la creación de **productos digitales** innovadores, como **soluciones de pago, tarjetas, préstamos y herramientas de gestión financiera**. También ha sido **Responsable de Banca y Más Allá de la Banca**, donde ha supervisado proyectos que han transformado la **banca para PYMEs** mediante **productos digitales**.

A nivel internacional, Erdi Karaca ha sido reconocido por su capacidad para liderar equipos complejos y desarrollar estrategias que han impulsado la innovación en la **banca digital**. Así, ha dirigido programas globales que han promovido la banca inteligente y la integración de **tecnologías** en mercados diversos. Y es que su trabajo ha sido fundamental en la implementación de **soluciones bancarias inteligentes** impulsadas por **IA** y en la gestión de **productos financieros** para clientes empresariales a nivel global. Asimismo, ha contribuido a la **investigación** de múltiples productos para el sector financiero, publicando **artículos** sobre la implementación de la **IA** en la **banca**, así como presentando su trabajo en **conferencias internacionales**.



D. Karaca, Erdi

- Director de Banca Móvil en HSBC Kinetic, Londres, Reino Unido
- Codirector de Banca Empresarial en HSBC Kinetic Responsable de Banca y Más Allá de la Banca en HSBC Kinetic
- CDO (*Chief Data Officer*) de Banca Comercial Global en HSBC Kinetic
- Innovación, Estrategia e Innovación en Banca Comercial en NatWest Group
- Gerente de Estrategia Digital y Desarrollo de Productos en NatWest Group
- Máster en Negocios por la Universidad de Oxford
- Curso en Inteligencia Artificial: Implicaciones para la Estrategia Empresarial por el MIT Sloan School of Management
- Máster en Política Internacional por la Universidad de Surrey
- Licenciado en Ciencias Sociales por la Universidad Técnica de Oxford

“

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

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

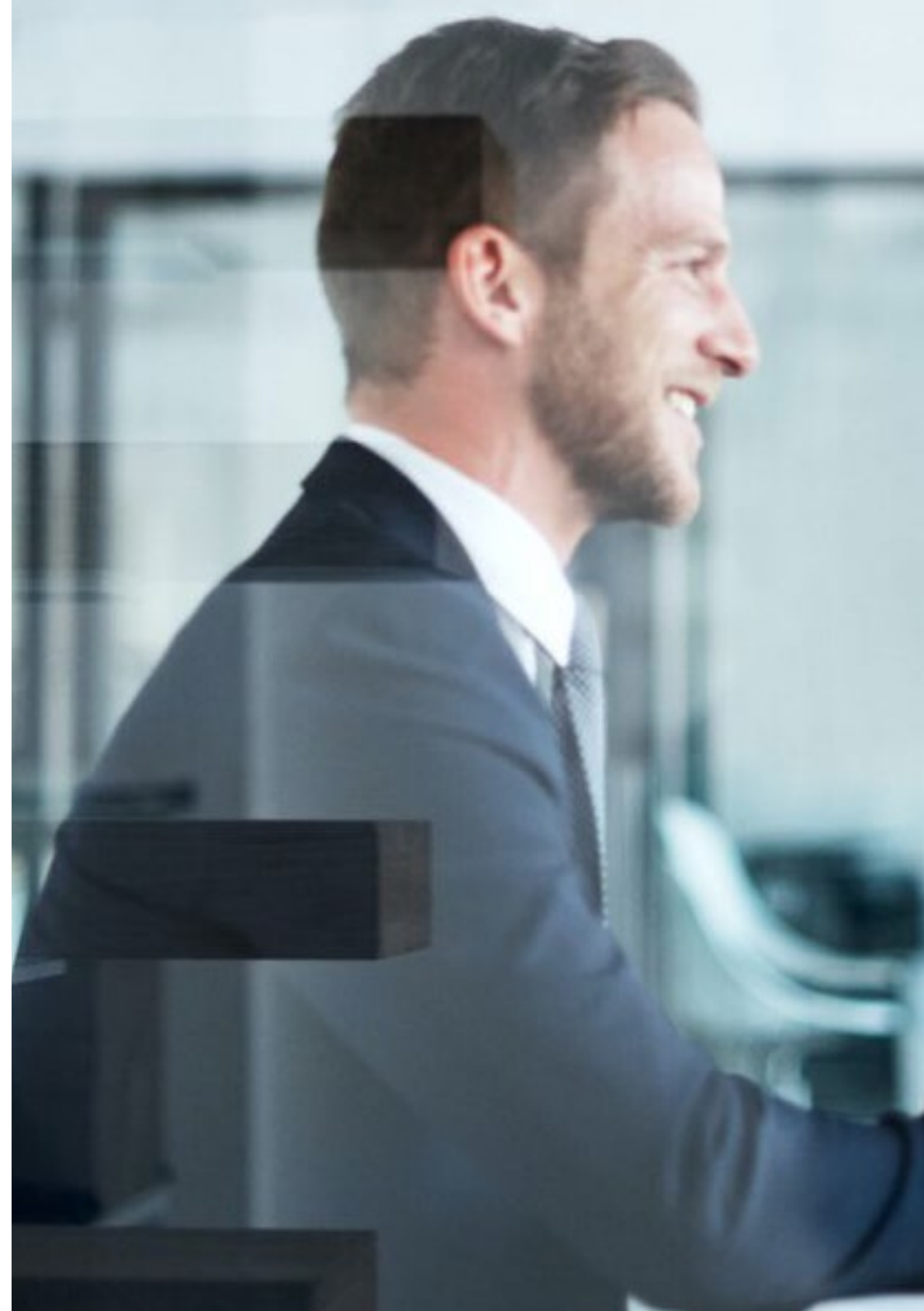
- ♦ Especialista en Economía y Empresas
- ♦ Docente de ciclos formativos de grado medio y superior de Administración de Empresas en la Comunidad de Madrid
- ♦ Profesora Asociada del Departamento de Economía de la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Licenciada en Administración de Empresas, Especialidad en 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

08

Titulación

Este 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 Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Grand Master en Alta Dirección Financiera, Experto Contable** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

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

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**



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



Grand Master

Alta Dirección Financiera,
Experto Contable

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

Alta Dirección Financiera,
Experto Contable