

Grand Master

MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal

G M M B A G P T I





Grand Master

MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal

- » 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-mba-gestion-puertos-transporte-intermodal

Índice

01	02	03	04
Bienvenida	¿Por qué estudiar en TECH?	¿Por qué nuestro programa?	Objetivos
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 4</i>	<i>pág. 6</i>	<i>pág. 10</i>	<i>pág. 14</i>
	05	06	07
	Competencias	Estructura y contenido	Metodología
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 22</i>	<i>pág. 28</i>	<i>pág. 50</i>
	08	09	10
	Perfil de nuestros alumnos	Dirección del curso	Impacto para tu carrera
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 58</i>	<i>pág. 62</i>	<i>pág. 84</i>
		11	12
		Beneficios para tu empresa	Titulación
		<hr/>	<hr/>
		<i>pág. 88</i>	<i>pág. 92</i>

01 Bienvenida

La Gestión de Puertos y Transporte Intermodal presenta una serie de beneficios significativos, que impulsan la eficiencia y la sinergia en la cadena logística global. En primer lugar, facilita una transferencia fluida de mercancías entre distintos modos de transporte, optimizando tiempos y reduciendo costos operativos. Además, promueve la integración de sistemas logísticos, mejorando la visibilidad y el control sobre las operaciones de transporte. La planificación intermodal permite una asignación más efectiva de recursos, disminuyendo la congestión y minimizando las emisiones de gases de efecto invernadero. Asimismo, fomenta la seguridad y la transparencia en las operaciones, fortaleciendo la resiliencia de la cadena de suministro. Por ello, TECH ha ideado este programa 100% online y flexible, basado en la revolucionaria metodología *Relearning*.



Grand Master MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal
TECH Global University



“

Los enfoques intermodales no solo mejoran la competitividad de los puertos, sino que también contribuyen al desarrollo sostenible y a la eficiencia económica a nivel regional y global. ¡Inscríbete ya!”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

En TECH Global University



Innovación

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

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



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

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



Análisis

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



Excelencia académica

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



Economía de escala

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



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

Este Grand Master se propone capacitar a profesionales en la gestión eficiente y estratégica de las operaciones portuarias y el transporte intermodal. Entre sus principales objetivos destaca el comprender los principios fundamentales de la logística y el transporte, así como las últimas tendencias y tecnologías en la industria. Además, desarrollará habilidades de liderazgo y gestión, necesarias para dirigir equipos y tomar decisiones efectivas en entornos logísticos complejos y dinámicos. También fomentará el análisis y la resolución de problemas, preparando a los egresados para enfrentar los desafíos operativos, económicos y ambientales inherentes a la Gestión de Puertos y Transporte Intermodal.



“

Gracias a este programa 100% online, colaborarás de manera efectiva con diferentes actores y optimizarás el flujo de mercancías a nivel nacional e internacional”

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

El **Grand Master MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal** capacitará al alumno para:

01

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

04

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

02

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



03

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

05

Diferenciar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial

06

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

08

Delimitar la mejor manera para gestionar los Recursos Humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos

09

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

07

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

10

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



11

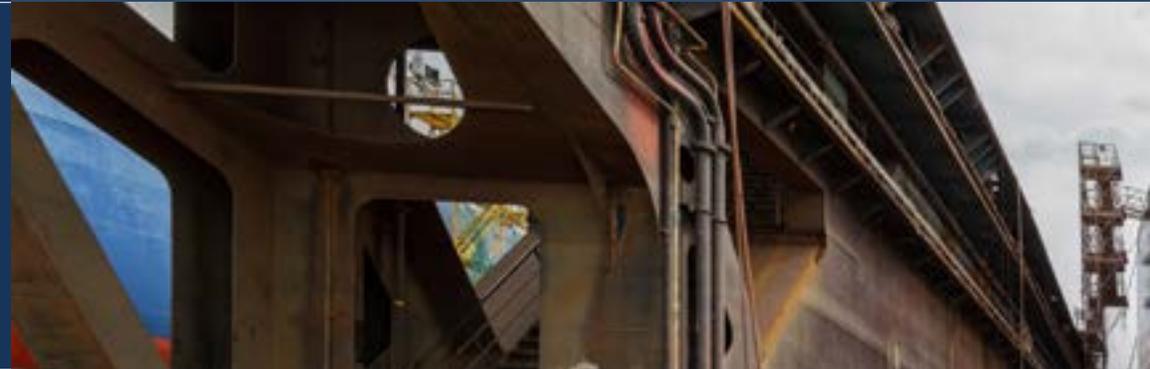
Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas

14

Abordar los mecanismos de distribución de cargas de trabajo de recursos compartidos entre varios proyectos

12

Realizar la estrategia de Marketing que permita dar a conocer el producto a los clientes potenciales y generar una imagen adecuada de la empresa



13

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

15

Crear estrategias innovadoras acordes con los diferentes proyectos

16

Establecer las pautas adecuadas para la adaptación de la empresa a la sociedad del cambio

18

Comprender en qué consiste cada uno de esos procesos y la finalidad para la que fueron concebidos



17

Definir conceptualmente los procesos que la componen y quedan lugar a las diferentes tipologías de logística

19

Actualizar los conocimientos en el ámbito del transporte multimodal

20

Fundamentar la importancia del transporte marítimo en la globalización

21

Analizar en qué consiste la multimodalidad y su papel dentro de la cadena logística

22

Examinar los principales tráficos marítimos y buques de transporte

23

Concretar la legislación internacional en el transporte marítimo

24

Ahondar en las características y funciones tradicionales de los puertos y su evolución histórica

25

Examinar la alternativa de la especialización de las infraestructuras portuarias como vía de adaptación a las demandas de las cadenas logísticas



26

Definir los diferentes modelos de gobernanza de los puertos

28

Definir un modelo portuario de futuro en un contexto de transformación profunda y global



29

Analizar con la máxima objetividad esas aspiraciones, desde un punto de vista técnico

27

Examinar la evolución de la gobernanza portuaria en conexión con el grado de desarrollo de los países

30

Identificar la importancia del consenso, la comunicación, la transparencia en el proceso de formulación de la estrategia de un sistema portuario

05

Competencias

Con este MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal, el profesional desarrollará competencias multidisciplinares cruciales para el éxito en la industria logística global. Así, adquirirá habilidades sólidas en planificación estratégica y gestión operativa, así como en análisis financiero y toma de decisiones empresariales. Además, estará capacitado para liderar equipos de trabajo en entornos multifuncionales, demostrando destrezas de comunicación efectiva y resolución de conflictos. También será importante la capacidad para aplicar tecnologías emergentes, en la optimización de procesos logísticos, y para evaluar y mitigar riesgos en la cadena de suministro.



“

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

01

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

02

Aplicar las metodologías de gestión *Lean*

03

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

04

Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

05

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



06

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

08

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

09

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

07

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

10

Elaborar y liderar planes de Marketing



11

Desarrollar métricas de consecución de objetivos asociadas a una estrategia de marketing digital y analizarlas en cuadros de mandos digitales

14

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

12

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

15

Generar una estrategia para un sistema portuario que responda a las aspiraciones de la sociedad en su conjunto, es decir del interés general de la ciudadanía

13

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

16

Desarrollar la capacidad de respuesta ante crisis y emergencias en el entorno portuario, diseñando planes de acción efectivos

17

Desarrollar en detalle la operativa de cada uno de los servicios portuarios con obligaciones de servicio público en los puertos

20

Establecer estrategias integrales de seguridad portuaria, incluyendo medidas físicas, tecnológicas y de gestión

18

Analizar las amenazas y vulnerabilidades específicas de los entornos portuarios, identificando posibles escenarios de riesgo y evaluando su impacto potencial

21

Aplicar las normativas y estándares internacionales relacionados con la seguridad portuaria, asegurando el cumplimiento de las regulaciones vigentes

19

Planificar y coordinar los recursos humanos en una entidad portuaria

22

Concretar la estrategia a través del plan de empresa de un puerto con base al modelo estratégico de un sistema portuario

06

Estructura y contenido

El programa universitario incluirá módulos sobre logística y cadenas de suministro, gestión portuaria, transporte marítimo, ferroviario y por carretera, así como aspectos legales y regulatorios relacionados con el comercio internacional y la gestión de puertos. Además, se cubrirán temas como tecnologías de la información aplicadas a la logística, gestión ambiental y sostenibilidad en el transporte, sin olvidar las estrategias de Marketing y la gestión financiera específicas para el sector.



“

Profundizarás en temas fundamentales, como la planificación y operación eficiente de puertos, a través de una amplia biblioteca con los recursos multimedia más innovadores”

Plan de estudios

El MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal de TECH Global University es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

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

Este programa trata en profundidad los principales fundamentos de la gestión de puertos y transporte intermodal, diseñado para que los directivos entiendan la gestión empresarial desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

Módulo 1

Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

Módulo 2

Dirección estratégica y *Management Directivo*

Módulo 3

Dirección de personas y gestión del talento

Módulo 4

Dirección económico-financiera

Módulo 5

Dirección de operaciones y logística

Módulo 6

Dirección de sistemas de información

Módulo 7

Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

Módulo 8

Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

Módulo 9

Innovación y Dirección de Proyectos

Módulo 10

Management Directivo

Módulo 11	Logística y Operadores Logísticos
Módulo 12	Transporte Multimodal, Intermodalidad y Plataformas Logísticas
Módulo 13	Transporte Marítimo
Módulo 14	Puertos y Terminales Portuarias
Módulo 15	Modelos de Gobernanza Portuaria
Módulo 16	Planificación Estratégica Portuaria
Módulo 17	Plan de Empresa de un Puerto y Gestión de los RRHH
Módulo 18	Logística Marítimo-Portuaria y Servicios Portuarios
Módulo 19	Planificación y Desarrollo de Infraestructuras y Sostenibilidad Medioambiental
Módulo 20	Seguridad y Protección Portuaria

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal de manera totalmente online. Durante los 24 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

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

1.1. Globalización y Gobernanza

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

1.2. Liderazgo

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

1.3. Cross Cultural Management

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

1.4. Desarrollo directivo y liderazgo

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

1.5. Ética empresarial

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

1.6. Sostenibilidad

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

1.7. Responsabilidad Social de la Empresa

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

1.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

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

1.9. Multinationales y derechos humanos

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

1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*

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

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional

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

2.2. Estrategia Corporativa

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

2.3. Planificación y Formulación Estratégica

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

2.4. Pensamiento estratégico

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

2.5. Diagnóstico Financiero

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

2.6. Planificación y Estrategia

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

2.7. Modelos y Patrones Estratégicos

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

2.8. Estrategia Competitiva

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

2.9. Dirección Estratégica

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

2.10. Implementación de la Estrategia

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

2.11. Management Directivo

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

2.12. Comunicación Estratégica

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

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

<p>3.1. Comportamiento Organizacional</p> <p>3.1.1. Comportamiento Organizacional. Marco Conceptual</p> <p>3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional</p>	<p>3.2. Las personas en las organizaciones</p> <p>3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico</p> <p>3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones</p> <p>3.2.3. Coaching y gestión de equipos</p> <p>3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad</p>	<p>3.3. Dirección Estratégica de personas</p> <p>3.3.1. Dirección Estratégica y recursos humanos</p> <p>3.3.2. Dirección estratégica de personas</p>	<p>3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada</p> <p>3.4.1. La importancia de RR.HH.</p> <p>3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas</p> <p>3.4.3. Dirección estratégica de RR.HH.</p>
<p>3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR.HH.</p> <p>3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección</p> <p>3.5.2. El reclutamiento</p> <p>3.5.3. El proceso de selección</p>	<p>3.6. Gestión de recursos humanos por competencias</p> <p>3.6.1. Análisis del potencial</p> <p>3.6.2. Política de retribución</p> <p>3.6.3. Planes de carrera/sucesión</p>	<p>3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño</p> <p>3.7.1. La gestión del rendimiento</p> <p>3.7.2. Gestión del desempeño: Objetivos y proceso</p>	<p>3.8. Gestión de la formación</p> <p>3.8.1. Las teorías del aprendizaje</p> <p>3.8.2. Detección y retención del talento</p> <p>3.8.3. Gamificación y la gestión del talento</p> <p>3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional</p>
<p>3.9. Gestión del talento</p> <p>3.9.1. Claves para la gestión positiva</p> <p>3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa</p> <p>3.9.3. Mapa del talento en la organización</p> <p>3.9.4. Coste y valor añadido</p>	<p>3.10. Innovación en gestión del talento y las personas</p> <p>3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico</p> <p>3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento</p> <p>3.10.3. Fidelización y retención</p> <p>3.10.4. Proactividad e innovación</p>	<p>3.11. Motivación</p> <p>3.11.1. La naturaleza de la motivación</p> <p>3.11.2. La teoría de las expectativas</p> <p>3.11.3. Teorías de las necesidades</p> <p>3.11.4. Motivación y compensación económica</p>	<p>3.12. Employer Branding</p> <p>3.12.1. <i>Employer branding</i> en RR.HH.</p> <p>3.12.2. <i>Personal Branding</i> para profesionales de RR.HH.</p>
<p>3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño</p> <p>3.13.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados</p> <p>3.13.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño</p>	<p>3.14. Desarrollo competencial directivo</p> <p>3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?</p> <p>3.14.2. Elementos de las competencias</p> <p>3.14.3. Conocimiento</p> <p>3.14.4. Habilidades de dirección</p> <p>3.14.5. Actitudes y valores en los directivos</p> <p>3.14.6. Habilidades directivas</p>	<p>3.15. Gestión del tiempo</p> <p>3.15.1. Beneficios</p> <p>3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?</p> <p>3.15.3. Tiempo</p> <p>3.15.4. Las ilusiones del tiempo</p> <p>3.15.5. Atención y memoria</p> <p>3.15.6. Estado mental</p> <p>3.15.7. Gestión del tiempo</p> <p>3.15.8. Proactividad</p> <p>3.15.9. Tener claro el objetivo</p> <p>3.15.10. Orden</p> <p>3.15.11. Planificación</p>	<p>3.16. Gestión del cambio</p> <p>3.16.1. Gestión del cambio</p> <p>3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio</p> <p>3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio</p>
<p>3.17. Negociación y gestión de conflictos</p> <p>3.17.1. Negociación</p> <p>3.17.2. Gestión de Conflictos</p> <p>3.17.3. Gestión de Crisis</p>	<p>3.18. Comunicación directiva</p> <p>3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial</p> <p>3.18.2. Departamentos de Comunicación</p> <p>3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom</p>	<p>3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL</p> <p>3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos</p> <p>3.19.2. Prevención de riesgos laborales</p>	<p>3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento</p> <p>3.20.1. La productividad</p> <p>3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento</p>

3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria

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

3.22. Innovación en gestión del talento y las personas II

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

3.23. Gestión del conocimiento y del talento

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

3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital

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

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno económico

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

4.2. La financiación de la empresa

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

4.3. Contabilidad directiva

- 4.3.1. Conceptos básicos
- 4.3.2. El activo de la empresa
- 4.3.3. El pasivo de la empresa
- 4.3.4. El patrimonio neto de la empresa
- 4.3.5. La cuenta de resultados

4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes

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

4.5. Sistemas de información y Business Intelligence

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

4.6. Presupuesto y control de gestión

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

4.7. Gestión de tesorería

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

4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas

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

4.9. Sistemas de control de las empresas

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

4.10. Dirección Financiera

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

4.11. Planificación Financiera

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

4.12. Estrategia Financiera Corporativa

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

4.13. Contexto macroeconómico

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

4.14. Financiación estratégica

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

4.15. Mercados monetarios y de capitales

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

4.16. Análisis y planificación financiera

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

4.17. Análisis y resolución de casos/problemas

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

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección y gestión de operaciones

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

5.2. Organización industrial y logística

- 5.2.1. Departamento de organización industrial
- 5.2.2. Departamento de logística

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

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

5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento

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

5.5. Control económico de compras

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

5.6. Control de las operaciones de almacén

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

5.7. Gestión estratégica de compras

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

5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)

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

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 las 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

<p>8.1. Investigación de mercados</p> <p>8.1.1. Investigación de mercados: Origen histórico</p> <p>8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados</p> <p>8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados</p>	<p>8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas</p> <p>8.2.1. Tamaño muestral</p> <p>8.2.2. Muestreo</p> <p>8.2.3. Tipos de técnicas cuantitativas</p>	<p>8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas</p> <p>8.3.1. Tipos de investigación cualitativa</p> <p>8.3.2. Técnicas de investigación cualitativa</p>	<p>8.4. Segmentación de mercados</p> <p>8.4.1. Concepto de segmentación de mercados</p> <p>8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación</p> <p>8.4.3. Segmentación de mercados de consumo</p> <p>8.4.4. Segmentación de mercados industriales</p> <p>8.4.5. Estrategias de segmentación</p> <p>8.4.6. La segmentación con base a criterios del Marketing-Mix</p> <p>8.4.7. Metodología de segmentación del mercado</p>
<p>8.5. Gestión de proyectos de investigación</p> <p>8.5.1. La Investigación de mercados como un proceso</p> <p>8.5.2. Etapas de planificación en la investigación de mercados</p> <p>8.5.3. Etapas de ejecución en la investigación de mercados</p> <p>8.5.4. Gestión de un proyecto de investigación</p>	<p>8.6. La investigación de mercados internacionales</p> <p>8.6.1. Investigación de mercados internacionales</p> <p>8.6.2. Proceso de la investigación de mercados internacionales</p> <p>8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las investigaciones de mercado internacionales</p>	<p>8.7. Los estudios de viabilidad</p> <p>8.7.1. Concepto y utilidad</p> <p>8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad</p> <p>8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad</p>	<p>8.8. Publicidad</p> <p>8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad</p> <p>8.8.2. Marco conceptual de la Publicidad: Principios, concepto de briefing y posicionamiento</p> <p>8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la Publicidad</p> <p>8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios</p> <p>8.8.5. Tendencias y retos de la Publicidad</p>
<p>8.9. Desarrollo del plan de Marketing</p> <p>8.9.1. Concepto del plan de Marketing</p> <p>8.9.2. Análisis y diagnóstico de la situación</p> <p>8.9.3. Decisiones estratégicas de Marketing</p> <p>8.9.4. Decisiones operativas de Marketing</p>	<p>8.10. Estrategias de promoción y Merchandising</p> <p>8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada</p> <p>8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria</p> <p>8.10.3. El <i>Merchandising</i> como técnica de Comunicación</p>	<p>8.11. Planificación de medios</p> <p>8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios</p> <p>8.11.2. Medios de comunicación</p> <p>8.11.3. Plan de medios</p>	<p>8.12. Fundamentos de la dirección comercial</p> <p>8.12.1. La función de la dirección comercial</p> <p>8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado</p> <p>8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa</p> <p>8.12.4. Principales estrategias competitivas</p>
<p>8.13. Negociación comercial</p> <p>8.13.1. Negociación comercial</p> <p>8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación</p> <p>8.13.3. Principales métodos de negociación</p> <p>8.13.4. El proceso negociador</p>	<p>8.14. Toma de decisiones en gestión comercial</p> <p>8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva</p> <p>8.14.2. Modelos de toma de decisiones</p> <p>8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones</p> <p>8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones</p>	<p>8.15. Dirección y gestión de la red de ventas</p> <p>8.15.1. <i>Sales Management</i>. Dirección de ventas</p> <p>8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial</p> <p>8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores</p> <p>8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas</p> <p>8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información</p>	<p>8.16. Implementación de la función comercial</p> <p>8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales</p> <p>8.16.2. Control de la actividad comercial</p> <p>8.16.3. El código deontológico del personal comercial</p> <p>8.16.4. Cumplimiento normativo</p> <p>8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas</p>

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*

- 9.3.1. Creación de una *startup*
- 9.3.2. Organización y cultura
- 9.3.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
- 9.3.4. 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. Logística y Operadores Logísticos

11.1. La logística

- 11.1.1. La logística. Papel en el flujo económico actual
- 11.1.2. Logística y cadena de suministro. Diferencias
- 11.1.3. La logística en la empresa. Importancia

11.2. Áreas y tipologías logísticas

- 11.2.1. Áreas de la logística
- 11.2.2. Logística interna vs. logística externa
- 11.2.3. Elementos primordiales de la logística

11.3. Operaciones logísticas

- 11.3.1. Operaciones de las empresas logísticas
- 11.3.2. El proceso logístico y sus elementos
- 11.3.3. Etapas de la cadena logística
- 11.3.4. Problemas que surgen en entornos logísticos

11.4. La logística adaptada a las necesidades actuales del mercado

- 11.4.1. La logística en *e-Commerce*. La logística de distribución
- 11.4.2. Logística inversa
- 11.4.3. Indicadores logísticos
- 11.4.4. Logística actual

11.5. Nuevas tecnologías aplicadas a la logística

- 11.5.1. La robótica y los almacenes automatizados
- 11.5.2. La automatización de procesos
- 11.5.3. Sistemas de información aplicados a la logística
- 11.5.4. *Blockchain* y *Machine Learning*

11.6. Logística del futuro

- 11.6.1. Retos y desafíos a los que se enfrenta la logística
- 11.6.2. La logística verde
- 11.6.3. Nuevas tendencias en el ámbito de la logística

11.7. Los operadores logísticos

- 11.7.1. Logística global
- 11.7.2. Figura del operador logístico
- 11.7.3. Evolución de los operadores logísticos hasta la actualidad
- 11.7.4. El operador logístico. Requisitos

11.8. Los operadores logísticos y el Contrato de *Outsourcing*

- 11.8.1. El Contrato de *Outsourcing*. Cláusulas, SLA's
- 11.8.2. Servicios prestados por los operadores logísticos
- 11.8.3. Ventajas que ofrecen los operadores logísticos

11.9. Los operadores logísticos. Funciones y tipología

- 11.9.1. Funciones de los operadores logísticos
- 11.9.2. Los *Party Logistics* (PL). Utilidad
- 11.9.3. Tipologías de operadores logísticos. Servicios e infraestructuras
- 11.9.4. El futuro de los PL. Del 6 PL al 10PL

11.10. Transitario (*freight forwarder*) vs. operador logístico

- 11.10.1. Transitario vs Operador logístico. Diferencias y similitudes
- 11.10.2. Evolución del Transitario hacia la figura de Operador Logístico
- 11.10.3. El transitario y el sistema de PL's. Acercando servicios

Módulo 12. Transporte Multimodal, Intermodalidad y Plataformas Logísticas

12.1. El almacén

- 12.1.1. Fases de la actividad logística. Papel del almacén en la cadena de suministro
- 12.1.2. Actividades del almacén
- 12.1.3. Tipos de almacenes
- 12.1.4. Alternativas de almacenamiento

12.2. Plataformas logísticas

- 12.2.1. Almacén Vs Plataforma logística. Elementos diferenciadores
- 12.2.2. Tipologías de plataformas logísticas
- 12.2.3. Funcionamiento de una plataforma logística. Infraestructuras, organización del espacio y medios humanos y mecánicos

12.3. Plataformas logísticas como elemento integrador de la cadena intermodal

- 12.3.1. Tipos de plataformas logísticas
- 12.3.2. La ubicación como elemento diferenciador de las plataformas logísticas. Los almacenes HUB
- 12.3.3. Las micro plataformas logísticas. Los SLP urbanos

12.4. Transporte terrestre de mercancías por carretera

- 12.4.1. El transporte terrestre internacional de mercancías. Infraestructuras primarias y marco legal internacional
- 12.4.2. Tipos de transporte de mercancías por carretera
- 12.4.3. Elementos clave para la gestión de las empresas de transporte por carretera
- 12.4.4. Transformación digital de las empresas de transporte terrestre. Sistemas de gestión

12.5. Transporte ferroviario de mercancías

- 12.5.1. Transporte ferroviario. Situación de las redes ferroviarias de mercancías internacionales
- 12.5.2. Operadores ferroviarios
- 12.5.3. Tipos de transporte ferroviario

12.6. Transporte marítimo de mercancías

- 12.6.1. Organismos reguladores internacionales
- 12.6.2. Legislación relevante
- 12.6.3. Transporte marítimo de larga distancia
- 12.6.4. El *short sea shipping* y las autopistas del mar
- 12.6.5. Transporte de mercancías por vías fluviales interiores
- 12.6.6. Transporte marítimo. Aspectos clave

12.7. Transporte aéreo de mercancías

- 12.7.1. Organismos reguladores internacionales
- 12.7.2. Marco legal internacional
- 12.7.3. Infraestructuras esenciales
- 12.7.4. El avión. Tipologías
- 12.7.5. Transporte aéreo. Aspectos clave

12.8. Distribución capilar de mercancías

- 12.8.1. Distribución capilar, último eslabón de la cadena logística
- 12.8.2. Funcionamiento de la distribución capilar
- 12.8.3. Logística de última milla. Funcionamiento

12.9. Transporte multimodal y combinado

- 12.9.1. Transporte multimodal y combinado
- 12.9.2. Multimodalidad vs. Intermodalidad
- 12.9.3. Rol de los Operadores de Transporte Multimodal (OTM)

12.10. Transporte Intermodal

- 12.10.1. Transporte Intermodal
- 12.10.2. Tipos de Intermodalidad
- 12.10.3. Papel del almacén en la intermodalidad. El crossdocking
- 12.10.4. El operador de Transporte Intermodal
- 12.10.5. Sistemas intermodales de transporte
- 12.10.6. El Transporte Intermodal. Ventajas, problemas y retos

Módulo 13. Transporte Marítimo

13.1. Transporte marítimo y comercio internacional

- 13.1.1. Transporte marítimo
- 13.1.2. Comercio internacional
- 13.1.3. Tráfico marítimo
- 13.1.4. Tráficos TRAMP y líneas regulares

13.2. Tipología de buques en el transporte marítimo

- 13.2.1. Tipos de buques en el transporte marítimo según su carga
- 13.2.2. Evolución de los buques de transporte marítimo
- 13.2.3. El contenedor
 - 13.2.3.1. Tipos de contenedores marítimos

13.3. Mercado del transporte marítimo

- 13.3.1. Mercado del transporte marítimo
- 13.3.2. Flota mundial
- 13.3.3. Requerimiento de transporte marítimo mundial

13.4. Costes del transporte marítimo

- 13.4.1. Distribución de los costes
- 13.4.2. Costes fijos
- 13.4.3. Costes variables
- 13.4.4. Costes carga/descarga
- 13.4.5. Factores que influyen en el coste

13.5. Tráficos marítimos

- 13.5.1. Tráfico de petróleo
- 13.5.2. Tráficos de graneles sólidos
- 13.5.3. Carga general

13.6. Derecho marítimo

- 13.6.1. Privilegios marítimos
- 13.6.2. Hipoteca naval
- 13.6.3. Normativa y convenios del transporte marítimo internacional

13.7. Contratos de explotación del buque

- 13.7.1. Explotación económica del buque
- 13.7.2. Arrendamiento a casco desnudo
- 13.7.3. Fletamento
- 13.7.4. Contrato de pasaje

13.8. Mercado del flete

- 13.8.1. Mercado del flete. Evolución
- 13.8.2. Periodos
- 13.8.3. Oferta/Demanda

13.9. Accidentes y seguro marítimo

- 13.9.1. Accidentes en la navegación
- 13.9.2. Tipos de avería
- 13.9.3. El seguro marítimo

13.10. Emisiones. Regulación internacional

- 13.10.1. Emisiones del transporte marítimo
- 13.10.2. Regulación internacional
- 13.10.3. Formas de cumplimiento de las normativas
- 13.10.4. Reducción emisiones de CO2

Módulo 14. Puertos y Terminales Portuarias

14.1. El puerto comercial. Funciones

- 14.1.1. Funciones de un puerto comercial
- 14.1.2. Los puertos y la cadena de suministro
- 14.1.3. Los puertos en el siglo XXI

14.2. Modelos de puertos según los flujos de mercancías

- 14.2.1. Los puertos como nodos esenciales de las cadenas logísticas
- 14.2.2. Tipología portuaria según el flujo de mercancías
 - 14.2.2.1. Puertos *import/export*
 - 14.2.2.2. Puertos *hub*
- 14.2.3. Adaptación a las tendencias cambiantes en el flujo de mercancías

14.3. Terminales portuarias

- 14.3.1. Especialización portuaria
- 14.3.2. Esquema y zonas de una terminal portuaria
- 14.3.3. Tipología de terminales portuarias

14.4. Grúas y medios mecánicos

- 14.4.1. Grúas para la carga y descarga del buque
- 14.4.2. Medios para el transporte de la carga en una terminal
- 14.4.3. Medios para la manipulación de la carga en el patio

14.5. Terminales polivalentes y terminales de contenedores

- 14.5.1. Terminales polivalentes o multipropósito
- 14.5.2. Terminal de contenedores
- 14.5.3. Flujo de la carga y descarga en una terminal de contenedores

14.6. Terminales de graneles

- 14.6.1. Terminales de graneles sólidos
- 14.6.2. Terminales de graneles líquidos
- 14.6.3. Instalaciones especiales

14.7. Terminales de carga rodada

- 14.7.1. Terminales de carga rodada
- 14.7.2. Contenedores sobre plataformas con ruedas
- 14.7.3. Automóviles

14.8. Terminales de pasajeros y otros tipos de terminales especializadas

- 14.8.1. Terminales de pasajeros
- 14.8.2. Marinas deportivas
- 14.8.3. Terminales pesqueras

14.9. Puertos inteligentes y automatización

- 14.9.1. Puertos inteligentes (*Smart Ports*)
- 14.9.2. Digitalización
- 14.9.3. Automatización de operativas

14.10. Últimas tendencias en innovación portuaria

- 14.10.1. Inteligencia Artificial y su aplicación a los puertos
- 14.10.2. Entrenamiento basado en simulación (SBT)
- 14.10.3. Gemelos digitales portuarios

Módulo 15. Modelo de Gobernanza Portuaria

15.1. Gobernanza Portuaria

- 15.1.1. La Gobernanza Portuaria
- 15.1.2. Evolución de la Gobernanza Portuaria
- 15.1.3. Gobernanza Portuaria y desarrollo económico

15.2. Modelos de Gobernanza Portuaria

- 15.2.1. Puertos públicos y puertos privados
- 15.2.2. Los *tool ports*
- 15.2.3. El modelo *landlord port*

15.3. Tendencias en la Gobernanza Portuaria

- 15.3.1. Estabilización del modelo de Gobernanza: Hacia un *landlord* matizado
- 15.3.2. La integración vertical y horizontal
- 15.3.3. Las actividades de control y supervisión de la competencia

15.4. El modelo *landlord* y el dominio público

- 15.4.1. La gestión del dominio público portuario
- 15.4.2. Ingresos por tasas
- 15.4.3. Ingresos por tarifas

15.5. Ejemplos de modelos de Gobernanza en Puertos

- 15.5.1. Puertos privados en el Reino Unido
- 15.5.2. El modelo *landlord* en la Europa continental
- 15.5.3. Hispanoamérica. Modelos en transición

15.6. El régimen de los servicios portuarios

- 15.6.1. Naturaleza del servicio (público, privado). Requisitos para la prestación del servicio
- 15.6.2. Vínculo administrativo/contrato, licencia)
- 15.6.3. Forma o requisitos de acceso a la prestación del servicio. Concurrencia. Limitación del número de prestadores

15.7. Coordinación de los sistemas portuarios a nivel de país

- 15.7.1. Sistemas centralizados
- 15.7.2. Sistemas descentralizados
- 15.7.3. Sistemas mixtos

15.8. La gobernanza intraportuaria

- 15.8.1. La gestión de un puerto
- 15.8.2. Organigrama tipo y áreas funcionales
- 15.8.3. Las áreas de planificación y explotación portuaria

15.9. La administración portuaria

- 15.9.1. La gestión económico-financiera
- 15.9.2. La gestión de los Recursos Humanos
- 15.9.3. La seguridad industrial y la prevención de riesgos laborales

15.10. Las relaciones del puerto con su entorno

- 15.10.1. Interrelaciones puerto-ciudad
- 15.10.2. La trama urbano-portuaria. Consideraciones urbanísticas
- 15.10.3. Actividades institucionales y colaboración con el entorno

Módulo 16. Planificación Estratégica Portuaria

16.1. El sistema portuario

- 16.1.1. Las autoridades portuarias. Coordinación
- 16.1.2. Perspectiva económica
- 16.1.3. Perspectiva ambiental
- 16.1.4. Perspectiva social
- 16.1.5. Criterios de actuación

16.2. Puertos rentables económicamente

- 16.2.1. Financiación
- 16.2.2. Presupuestación
- 16.2.3. Precios asociados a la realidad portuaria
- 16.2.4. Redistribución de recursos entre puertos

16.3. Gestión del espacio portuario

- 16.3.1. Rendimiento del espacio portuario
- 16.3.2. Espacios portuarios al servicio del interés general
- 16.3.3. Digitalización del espacio portuario

16.4. Infraestructuras. Inversiones orientadas a la demanda

- 16.4.1. Aprovechamiento de las inversiones en infraestructuras
- 16.4.2. Infraestructuras rentables económica y socialmente
- 16.4.3. Conectividad de las infraestructuras
- 16.4.4. Respeto del medioambiente

16.5. Prestación de servicios orientadas a los clientes y a la sociedad en su conjunto

- 16.5.1. Servicios competitivos y al servicio del interés general
- 16.5.2. Eficiencia en la prestación de los servicios
- 16.5.3. Seguimiento de la prestación de los servicios
- 16.5.4. Simplificación de los trámites burocráticos
 - 16.5.4.1.1. Controles e inspecciones de frontera
 - 16.5.4.1.2. Agilidad en las tramitaciones

16.6. Innovación y digitalización de los puertos

- 16.6.1. Administración electrónica
- 16.6.2. Puertos digitales
- 16.6.3. Impulso a la innovación
- 16.6.4. Innovación al servicio del interés general

16.7. Proyección internacional

- 16.7.1. Las relaciones internacionales
- 16.7.2. Imagen de marca
- 16.7.3. La competitividad de los puertos en el contexto internacional

16.8. Sostenibilidad ambiental

- 16.8.1. Gestión medioambiental
- 16.8.2. Calidad y mediciones medioambientales
- 16.8.3. Consumos y gestión de residuos
- 16.8.4. Movilidad sostenible
- 16.8.5. El cambio climático
- 16.8.6. El puerto y el ciudadano

16.9. Seguridad

- 16.9.1. Seguridad industrial
- 16.9.2. Protección portuaria
- 16.9.3. Ciberseguridad

16.10. Cultura ética corporativa y capital humano

- 16.10.1. Código ético
- 16.10.2. Supervisión y control
- 16.10.3. Transparencia
- 16.10.4. Estructuras organizativas
- 16.10.5. Igualdad
- 16.10.6. Formación y carrera profesional
- 16.10.7. Comunicación y participación

Módulo 17. Plan de Empresa de un Puerto y Gestión de los RRHH

17.1. El Plan de Empresa de un puerto como instrumento de planificación

- 17.1.1. El Plan de Empresa como concreción de la estrategia global de un sistema portuario
- 17.1.2. El Plan de Empresa como elemento coordinador de la planificación
- 17.1.3. El DAFO
- 17.1.4. El mapa estratégico
- 17.1.5. Resto de instrumentos de planificación del puerto

17.2. Perspectivas del Plan de Empresa de un puerto

- 17.2.1. El tráfico portuario
- 17.2.2. Inversiones
- 17.2.3. Económico-financiero
- 17.2.4. Recursos Humanos
- 17.2.5. Medioambiente y sostenibilidad

17.3. Control de gestión a través del Plan de Empresa

- 17.3.1. Seguimiento de objetivos
- 17.3.2. Evolución de ratios de gestión
- 17.3.3. Medidas correctoras

17.4. Capital humano

- 17.4.1. Contexto sociolaboral de los puertos
- 17.4.2. Planificación de RRHH dentro de la estrategia global y del puerto
- 17.4.3. Las relaciones laborales y la negociación

17.5. Necesidad del cambio. Profesionalización de los puertos

- 17.5.1. Resistencia al cambio
- 17.5.2. Cómo gestionar el cambio
- 17.5.3. Profesionalizar los puertos
- 17.5.4. Transparencia y comunicación

17.6. Gestión por competencias como facilitadora del cambio

- 17.6.1. Competencias de conocimiento
- 17.6.2. Competencias "blandas"
- 17.6.3. Los diferentes aspectos de la gestión por competencias

17.7. Los puestos de trabajo

- 17.7.1. Concreción de los puestos
- 17.7.2. Valoración de puestos
- 17.7.3. Clasificación profesional y estructura organizativa

17.8. Plan de formación

- 17.8.1. Plan de formación del sistema portuario
- 17.8.2. Plan de formación a nivel de puerto
- 17.8.3. La "universidad corporativa"
- 17.8.4. El aula virtual

17.9. Sistema retributivo

- 17.9.1. El sistema retributivo
- 17.9.2. La estructura retributiva
- 17.9.3. Evaluación del desempeño y retribución variable

17.10. Prevención de riesgos laborales

- 17.10.1. Memorias de prevención. Estrategia de prevención
- 17.10.2. Prevención de riesgos laborales en un puerto
- 17.10.3. Riesgos psicosociales

Módulo 18. Logística Marítimo-Portuaria y Servicios Portuarios**18.1. Comunidad Portuaria**

- 18.1.1. Comunidad Portuaria
- 18.1.2. Agentes principales de la Comunidad Portuaria
- 18.1.3. Sistemas de gestión de calidad aplicados a la Comunidad Portuaria

18.2. Operaciones portuarias

- 18.2.1. Operaciones portuarias y actividades en el puerto
- 18.2.2. Sistemas de información en las operaciones portuarias
- 18.2.3. Flujos de información en las operaciones portuarias

18.3. Logística portuaria

- 18.3.1. La logística portuaria
- 18.3.2. Los puertos como nodos logísticos en la cadena de suministro global
- 18.3.3. La logística en el transporte por contenedor

18.4. Ordenación general del puerto

- 18.4.1. Organización general de los tráficos marítimos y terrestres en un puerto
- 18.4.2. Entrada de buques en puerto
- 18.4.3. Asignación de puestos de fondeo y atraque
- 18.4.4. Estancias de buques y movimientos interiores
- 18.4.5. Circulación de vehículos y personas en el puerto
- 18.4.6. Pasajeros y mercancías

18.5. Gestión de una terminal portuaria

- 18.5.1. Niveles de análisis
- 18.5.2. Planificación de terminales portuarias
- 18.5.3. Indicadores de productividad

18.6. Servicios portuarios

- 18.6.1. Regulación de los servicios portuarios
- 18.6.2. Obligaciones de servicio público
- 18.6.3. Tipos de servicios portuarios

18.7. Servicios técnico-náuticos

- 18.7.1. Amarre
- 18.7.2. Remolque portuario
- 18.7.3. Practicaje

18.8. Servicios a la mercancía, pasajeros y recepción de desechos

- 18.8.1. Servicio de manipulación de mercancías
 - 18.8.1.1. Actividades de carga y estiba
 - 18.8.1.2. Actividades de desestiba y descarga
 - 18.8.1.3. Posibles operaciones exentas de estiba y desestiba
- 18.8.2. Servicio de recepción de desechos generados por buques
- 18.8.3. Servicio al pasaje

18.9. Servicios comerciales al buque

- 18.9.1. Suministro de avituallamiento
- 18.9.2. Suministro de combustible
- 18.9.3. Suministro de GNL
- 18.9.4. Suministro de energía eléctrica a buques

18.10. Servicio de señalización marítima

- 18.10.1. Tipos de ayudas a la navegación
- 18.10.2. Ayudas visuales
- 18.10.3. Ayudas acústicas
- 18.10.4. Ayudas radioeléctricas
- 18.10.5. VTS
- 18.10.6. El Sistema de Balizamiento Marítimo de la IALA

Módulo 19. Planificación y Desarrollo de Infraestructuras y Sostenibilidad Medioambiental

19.1. Planificación portuaria sostenible

- 19.1.1. Legislación: *Fit for 55* y EU ETS
- 19.1.2. Relaciones con otros continentes
- 19.1.3. Relaciones con la Organización Marítima Internacional (OMI)

19.2. Instrumentos de planificación portuaria y adaptación a la nueva realidad climática

- 19.2.1. *Master Plans*
- 19.2.2. Instrumentos de planificación para el desarrollo de infraestructuras
- 19.2.3. Diseño y rediseño de terminales portuarias: Planes de electrificación
- 19.2.4. Relaciones puerto-ciudad sostenibles: Cambio climático y diseño de espacios 1puerto-ciudad

19.3. Evaluación ambiental de los instrumentos de planificación portuaria

- 19.3.1. Programas de desarrollo de Infraestructuras
- 19.3.2. Evaluación de planes de desarrollo de infraestructuras
- 19.3.3. Evaluación de Proyectos de Infraestructuras

19.4. Financiación de proyectos de desarrollo sostenible de infraestructuras portuarias

- 19.4.1. El Banco Europeo de Inversiones
- 19.4.2. El Banco Mundial
- 19.4.3. El Banco Interamericano de Desarrollo
- 19.4.4. Fondos de inversión internacionales
- 19.4.5. Emisión de Bonos verdes

19.5. Los puertos y la erosión de las costas: *Working with Nature*

- 19.5.1. Proyectos de preservación de estuarios
- 19.5.2. Proyectos de regeneración costera
- 19.5.3. Proyectos de reutilización de sedimentos

19.6. Proyectos de inversión en energías de origen renovable

- 19.6.1. Proyectos de generación de energía eólica *on shore* y *off shore*
- 19.6.2. Proyectos de energía fotovoltaica *on shore* y *off shore*
- 19.6.3. Otras energías de origen renovable

19.7. Evaluación de la rentabilidad de los proyectos de inversión. Metodología MEIPORT

- 19.7.1. Análisis del contexto y objetivos del proyecto
- 19.7.2. Análisis de alternativas
- 19.7.3. Definición del proyecto
- 19.7.4. Análisis financiero
- 19.7.5. Análisis económico
- 19.7.6. Análisis de sensibilidad y de riesgos

19.8. Tecnología BIM aplicada a los puertos

- 19.8.1. Diseño de terminales portuarias
- 19.8.2. Diseño de proyectos de electrificación de muelles
- 19.8.3. Diseño de proyectos de accesos terrestres a puertos

19.9. Instrumentos de vigilancia y previsión del medio marino

- 19.9.1. Redes de medida: Boyas, mareógrafos y radares de alta frecuencia
- 19.9.2. Elementos para la predicción del clima marítimo y escenarios de cambio
- 19.9.3. Proyectos

19.10. Economía Azul

- 19.10.1. Economía Azul. Dimensiones
- 19.10.2. Proyectos de preservación de los ecosistemas marinos
- 19.10.3. Puertos y centros de investigación climática y marina: Hacia una relación a largo plazo

Módulo 20. Seguridad y Protección Portuaria

20.1. Seguridad portuaria

- 20.1.1. Seguridad en puertos
- 20.1.2. Seguridad y protección
- 20.1.3. Normativa, regulaciones y estándares internacionales

20.2. Seguridad tecnológica e industrial en puertos

- 20.2.1. Gestión de mercancías peligrosas
- 20.2.2. Prevención de accidentes industriales
- 20.2.3. Procedimientos de seguridad en la manipulación y transporte de mercancías

20.3. Protección portuaria. Planificación de la seguridad

- 20.3.1. Identificación de amenazas y vulnerabilidades
- 20.3.2. Análisis de riesgos y evaluación de protección
- 20.3.3. Estrategias de mitigación de riesgos. Planes de protección

20.4. Protección física y electrónica

- 20.4.1. Diseño de sistemas de protección física
- 20.4.2. Control de acceso y monitoreo
- 20.4.3. Tecnologías de seguridad en puertos

20.5. Seguridad lógica y cibernética en puertos

- 20.5.1. Ciber amenazas y vulnerabilidades específicas
- 20.5.2. Estrategias de ciberseguridad portuaria
- 20.5.3. Respuesta a incidentes cibernéticos

20.6. Gestión de crisis y emergencias

- 20.6.1. Planificación de respuesta a emergencias
- 20.6.2. Coordinación con agencias de seguridad pública
- 20.6.3. Simulacros y ejercicios de respuesta

20.7. Relaciones con la comunidad y comunicación en crisis

- 20.7.1. Importancia de la comunicación con la comunidad
- 20.7.2. Estrategias de comunicación en situaciones de crisis
- 20.7.3. Responsabilidad social corporativa en puertos

20.8. Gestión de un Departamento de Seguridad

- 20.8.1. Gestión de la seguridad pública y privada
- 20.8.2. Planificación de la seguridad
- 20.8.2. Recursos materiales
- 20.8.3. Gestión de Recursos Humanos y capacitación

20.9. Prevención y protección

- 20.9.1. Recomendaciones frente a riesgos de naturaleza antisocial
- 20.9.2. Recomendaciones frente a riesgo de incendios
- 20.9.3. Recomendaciones frente a riesgos laborales

20.10. Innovación y futuro de la seguridad portuaria

- 20.10.1. Tendencias tecnológicas en seguridad portuaria
- 20.10.2. Inteligencia artificial y análisis de datos
- 20.10.3. Preparación para desafíos futuro

07

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



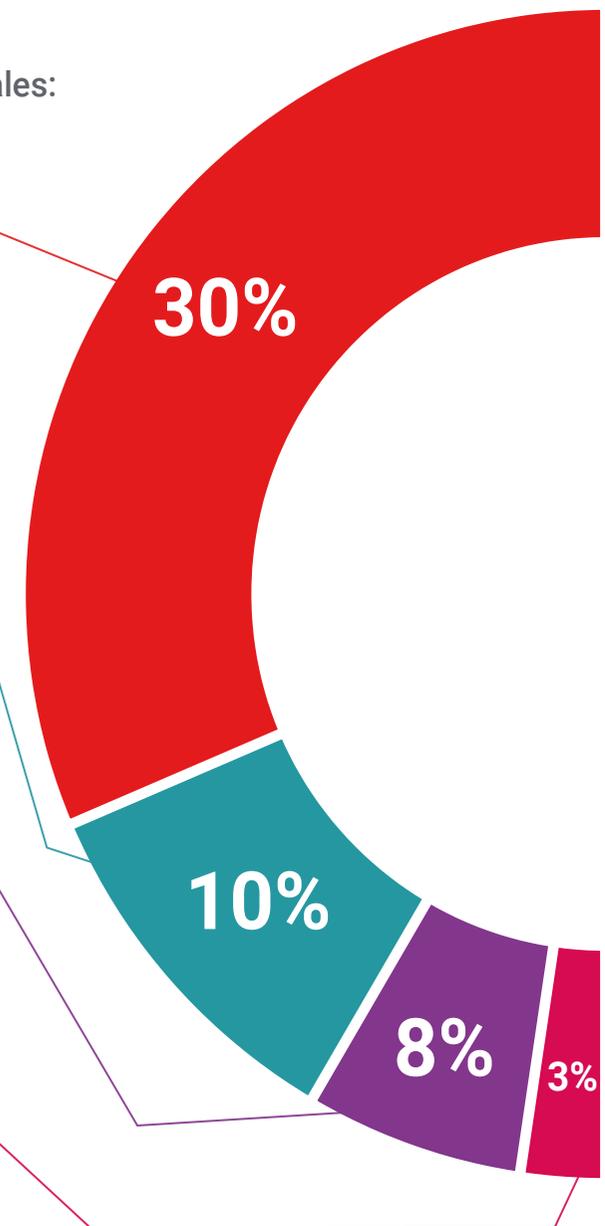
Prácticas de habilidades directivas

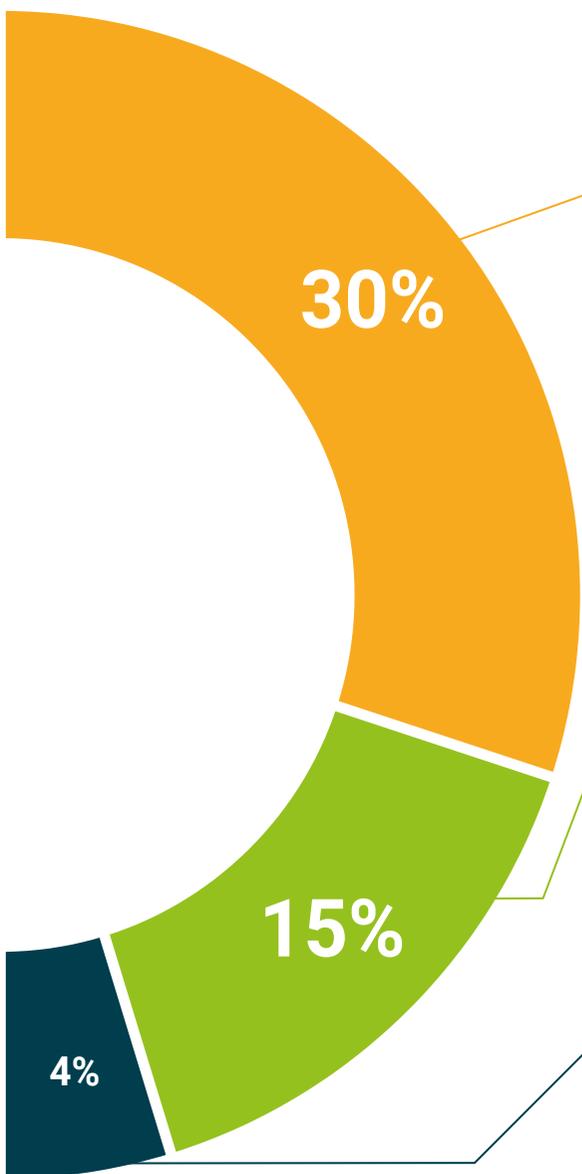
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil de nuestros alumnos

El perfil de los alumnos es diverso y multidisciplinario. Estos estudiantes provienen de diversos trasfondos académicos y profesionales y poseen un fuerte interés en la gestión estratégica y operativa de la cadena de suministro global, así como en la optimización de las operaciones portuarias y el transporte intermodal. Además, valoran la colaboración interdisciplinaria y están comprometidos con el aprendizaje continuo y la adaptación a las nuevas tendencias y tecnologías en el campo de la logística y el transporte.





“

Este programa está dirigido a individuos motivados, con habilidades analíticas y capacidad para resolver problemas complejos en entornos dinámicos”

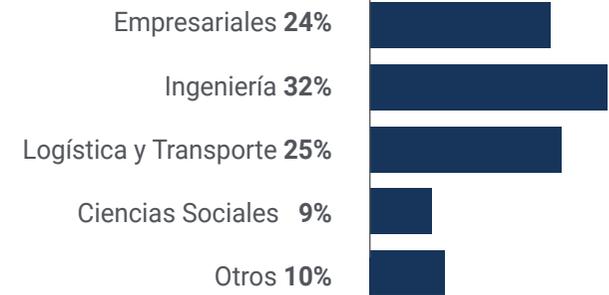
Edad media

Entre **35** y **45** años

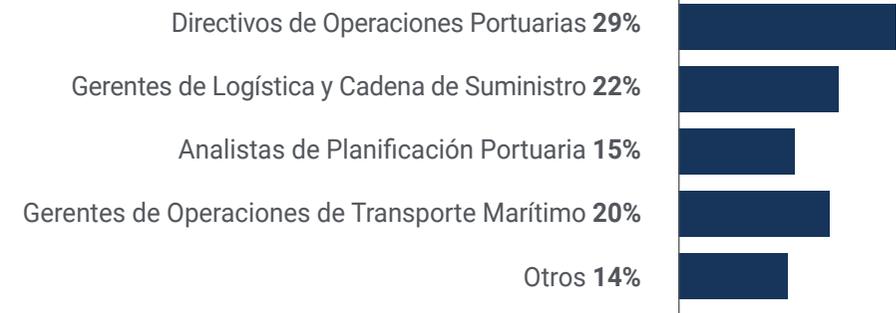
Años de experiencia



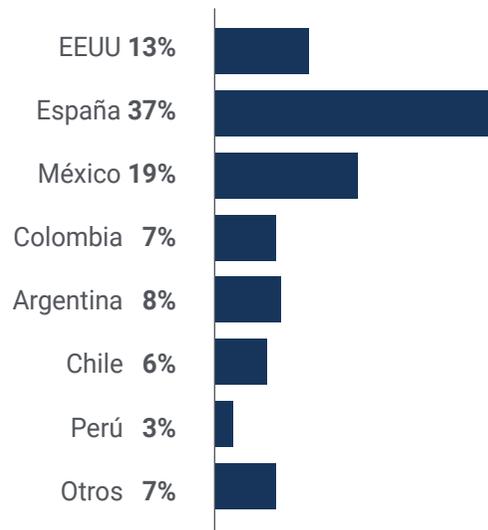
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Joaquín Hernández

Analista de Planificación Portuaria

“¡Mi experiencia en este Grand Master ha sido increíble! No solo adquirí un montón de conocimientos actualizados sobre la gestión de puertos y los transportes intermodales, sino que también tuve la oportunidad de conectar con otros profesionales de la industria. Las clases eran súper prácticas y relevantes, y los profesores realmente sabían de lo que hablaban. Esta etapa formativa ha impulsado mi carrera, pues he aprendido de una manera que nunca imaginé. ¡Altamente recomendado para todos los apasionados por la logística y el transporte!”

09

Dirección del curso

Los docentes son expertos altamente calificados y experimentados en diversos aspectos de la industria logística y portuaria. De hecho, provienen de diversos antecedentes profesionales y están comprometidos con la excelencia académica y la aplicación práctica del conocimiento, ofreciendo a los egresados una combinación única de teoría y experiencia real en la industria. Además, no solo cuentan con sólidos antecedentes académicos, sino que también han desempeñado roles destacados en este campo.



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

“

El cuadro docente estará al tanto de las últimas tendencias y desarrollos en el campo, lo que les permitirá proporcionar a los estudiantes como tú una capacitación actualizada y relevante”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



Dr. López Rodríguez, Armando

- ♦ Jefe de Área de Asesoría Técnica en Gabinete de Presidencia del Puerto del Estado
- ♦ Jefe de Área de Planificación Estratégica en Puertos del Estado
- ♦ Jefe de Proyecto en Puertos del Estado
- ♦ Jefe del Área de Recursos y Tecnologías de la Información y Comunicaciones en Puertos del Estado
- ♦ Jefe del Área de Desarrollo en Puertos del Estado
- ♦ Jefe de Área de Relaciones Corporativas en Puertos del Estado
- ♦ Jefe de Área de Planificación Estratégica en Puertos del Estado
- ♦ Profesor Asociado de la Escuela de Organización Industrial
- ♦ Profesor Asociado en AENOR
- ♦ Profesor asociado en UBT Lab
- ♦ Ingeniero de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Licenciado en Historia por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- ♦ Doctor en Historia por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- ♦ Máster en Métodos y Técnicas avanzadas de Investigación Histórica, Artística y Geográfica por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- ♦ Programa de Desarrollo Directivo (PDD) por el IESE de la Universidad de Navarra

Profesores

Dr. López Ansorena, César

- ♦ Experto en dirección y gestión Portuaria
- ♦ Oficial de Protección de Instalaciones Portuarias por la autoridad competente en materia de protección marítima
- ♦ Director de Seguridad Privada reconocido por el Ministerio del Interior
- ♦ Doctor en Sistemas de ingeniería civil (programa de territorio y medioambiente) con Sobresaliente Cum Laude por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Master profesional en Análisis de Inteligencia

D. Martín Gasull, Emilio

- ♦ Director División Transporte Refrigerado en Zanotti Appliance
- ♦ Director General en el Grupo HI Logistics
- ♦ Director Regional Levante en ERTRANSIT
- ♦ Branch Manager Levante en Agencia Fernández de Sola
- ♦ Director división Transporte Intermodal en Kuehne & Nagel Spain
- ♦ Director división marítima España y Portugal en DHL Global Forwarding
- ♦ Director división Transporte Intermodal en DHL Global Forwarding
- ♦ Director Regional Técnico en JF Hillebrand Spain
- ♦ Director Logística Marítima y Terrestre en Evergreen Shipping Spain
- ♦ Docente en el Máster gestión Portuaria y Transporte Intermodal
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia Formación Académica
- ♦ Comisario de Avería por el Colegio de oficiales de la Marina Mercante

D. Muriente Núñez, Carlos

- ♦ Ingeniero Naval y Oceánico en Alten Spain
- ♦ Grado en Arquitectura Naval por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster Habilitante en Ingeniería Naval y Oceánica por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster en Energías Renovables por TECH Universidad Tecnológica
- ♦ Curso en Materiales del Futuro en la Industria, la Construcción y la Tecnología por la Universidad Politécnica de Madrid

Dña. García, Ana María

- ♦ Asesora Jefa a la Presidencia de ESPO
- ♦ Jefa del Área de Planificación de Puertos del Estado
- ♦ Jefa del Área de Desarrollo de Recursos Humanos en Puertos del Estado
- ♦ Gerente de Desarrollo de Negocio de Transporte e Industria en Indra
- ♦ Jefa del Departamento Técnico de Comercial y Marketing en Puertos del Estado
- ♦ Docente del Master de Gestión y Planificación Portuaria e Intermodalidad
- ♦ Licenciada en Psicología Especialidad Psicología del Trabajo y las Organizaciones por la Universidad Pontificia de Comillas (ICAI-ICADE) y Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en Dirección y Administración de Empresas, IESE, por la Universidad de Navarra
- ♦ Programa de liderazgo en Gestión Pública, IESE, por la Universidad de Navarra
- ♦ Miembro de: Comité de Gobernanza Portuaria y Vocal consejera de la Administración General del Estado en las Autoridades Portuarias de Motril, Vigo, Gijón, A Coruña, Alicante, Tenerife y Cartagena

D. Martín Santodomingo, Francisco Javier

- ♦ Subdirector Adjunto de Explotación y de Ayudas a la Navegación en Puertos del Estado
- ♦ Jefe de División de Proyectos de Obras Marítimas en el Grupo Dragados y Construcciones
- ♦ Docente en Máster en Gestión y Planificación Portuaria e Intermodalidad en Puertos del Estado, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad de Oviedo, Universidad de Cádiz y Universidad de A Coruña
- ♦ Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos con la especialidad en Transportes por la Universidad Politécnica
- ♦ Master en Unión Europea por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster en Gestión Portuaria y Transporte Intermodal por ICADE en la Universidad Pontificia de Comilla

D. Barroso Martín, Santiago

- ♦ Asesor jurídico en Paralegal en Vicox Legal I
- ♦ Redactor de contenido jurídico en Ingeniería e Integración Avanzada S.A / BABEL
- ♦ Administrativo Jurídico en el Ilustre Colegio de Abogados de Málaga
- ♦ Asesor en Paralegal en Garcia de la Vega Abogados
- ♦ Grado en Derecho por la Universidad de Málaga
- ♦ Máster en Asesoría Jurídica de Empresas (MAJE) por la Universidad de Málaga
- ♦ Máster Experto en Asesoría Laboral, Fiscal y Contable por Ayuda T Pyme





D. Lubián García, José Miguel

- ♦ Experto en gestión de Recursos Humanos en el sector portuario
- ♦ Consultor de RR.HH
- ♦ Dirección y coordinación del Máster de Gestión Portuaria de Puertos del Estado
- ♦ Docente en el INAP, IIR y EOI
- ♦ Subdirector de Estudios Portuarios
- ♦ Subdirector de Planes de Empresa
- ♦ Subdirector de RRHH
- ♦ Jefe de Área de Organización y Planificación de RR.HH
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Máster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos por Escuela de Negocios
- ♦ Executive en Dirección del Sector Portuario por IESE
- ♦ Miembro de: Consejo de Administración de las Autoridades Portuarias de Castellón, Tarragona, A Coruña, Almería y Pasaje



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

10

Impacto para tu carrera

Este programa de TECH tendrá un impacto significativo en la carrera de sus egresados, al proporcionarles una ventaja competitiva distintiva en el mercado laboral. De hecho, los profesionales que completen esta capacitación adquirirán una sólida base de conocimientos en áreas clave, como la gestión portuaria, la logística y el transporte intermodal, lo que les permitirá acceder a una amplia gama de oportunidades en empresas multinacionales, organismos gubernamentales y organizaciones internacionales relacionadas con el comercio y la logística. Además, el desarrollo de destrezas de liderazgo, pensamiento estratégico y resolución de problemas complejos les permitirá avanzar y asumir roles de mayor responsabilidad.



“

Accederás a una red de contactos profesionales y a oportunidades de colaboración con expertos en la industria, gracias a este Grand Master 100% online”

La combinación de conocimientos especializados en operaciones portuarias, transporte intermodal y cadena de suministro global te colocará en una posición estratégica para ocupar roles de liderazgo.

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

El MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal de TECH Global University es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

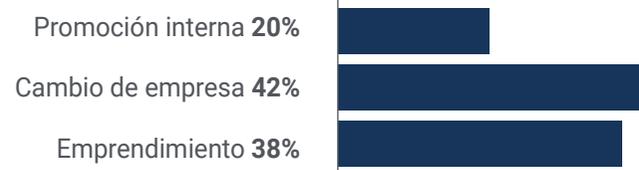
Por ello, quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en TECH.

Desarrollarás una alta capacidad de adaptación a los cambios en el entorno empresarial, enfrentando con éxito los desafíos de una industria en constante evolución.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

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



11

Beneficios para tu empresa

Esta titulación académica ofrecerá una serie de beneficios tangibles, primero, para los egresados, que adquirirán habilidades y conocimientos especializados que podrán aplicarse directamente en la mejora de las operaciones portuarias y de transporte. Pero también será provechoso para la empresa, pues se traducirá en una mayor eficiencia operativa, una gestión más efectiva de la cadena de suministro y una mejor capacidad para enfrentar los desafíos logísticos en un entorno globalizado.





“

La comprensión profunda de las últimas tendencias y tecnologías en la industria permitirá a las empresas mantenerse a la vanguardia de la innovación y adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal 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 **MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal** 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 MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal**

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

MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal

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

Grand Master

MBA en Gestión de Puertos
y Transporte Intermodal