

Máster Título Propio

MBA en Dirección Contable
(CAO, Chief Accounting Officer)

M B A D C C A O





Máster Título Propio

MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: Licenciados, y Graduados que quieran profundizar y actualizarse en contabilidad con la última normativa aprobada y con una visión internacional y compleja de los estados contables

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-contable-cao-chief-accounting-officer

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 24

07

Metodología de estudio

pág. 44

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 54

09

Dirección del curso

pág. 58

10

Impacto para tu carrera

pág. 80

11

Beneficios para tu empresa

pág. 84

12

Titulación

pág. 88

01 Bienvenida

La contabilidad es un sector complejo en el que se precisan profesionales capacitados en diferentes áreas. De esta forma, un director de contabilidad o Chief Accounting Office, es un gerente de operaciones que está a cargo de llevar la contabilidad de una organización, supervisar las funciones contables y asegurarse de que los informes sean precisos y cumplan con las regulaciones establecidas. Por consiguiente, este puesto demanda una capacitación de excelencia. Con el programa pretende especializar a expertos en la materia con unos conocimientos actualizados, necesarios para el desarrollo de las competencias contables en todas las áreas de la empresa, tanto a nivel nacional como internacional, permitiendo al alumno acceder a puestos de trabajo de responsabilidad media o superior. De esta manera, el programa abarca desde aspectos de contabilidad financiera, gestión o análisis, y va más allá porque se complementa con módulos que permitirán a los profesionales afrontar retos de dirección y toma de decisiones más allá del mero ámbito de la gestión de cuentas, a través de la planificación o valoración de empresas.



MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer).
TECH Global University



“

Especialízate en Dirección Contable con este programa que te permitirá realizar las estrategias más adecuadas a nivel empresarial. Así podrás posicionarte con éxito como Chief Accounting Officer”

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 programa está diseñado para afianzar tus capacidades directivas y de liderazgo en la gestión contable, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en el desarrollo profesional del alumno. Tras el programa, el estudiante será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional. Así, estará preparado para ejercer como Chief Accounting Officer con total acierto.



“

TECH ayuda a desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la gestión contable. Si quiere ejercer como Chief Accounting Officer entonces bienvenido, este es su sitio”

Tus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) capacitará al alumno para:

01

Conocer en profundidad los estados financieros teniendo la capacidad de análisis de los mismos, así como el desarrollo de operaciones complejas con incidencia en los mismos

02

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

03

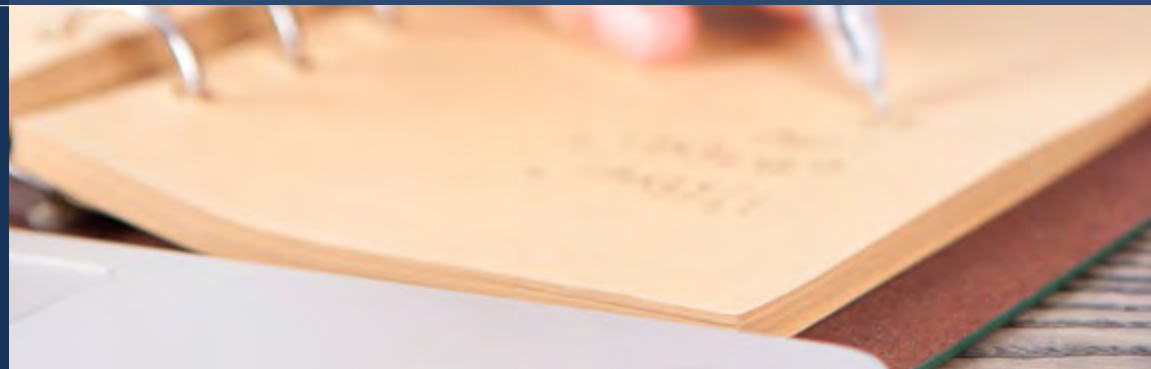
Tener un profundo conocimiento de las operaciones contables y fiscales que afectan a una empresa y desarrollar la capacidad de realizarlas con solvencia y conocimiento

04

Analizar y aplicar tanto la normativa nacional como la normativa internacional con el aprendizaje de las NIIF

05

Analizar los problemas que surjan en el desarrollo de la profesión, así como desarrollar la capacidad de resolución de los mismos



06

Desarrollar las destrezas necesarias para la toma de decisiones

08

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

09

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

07

Desarrollar la capacidad de organización, planificación y control

10

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



11

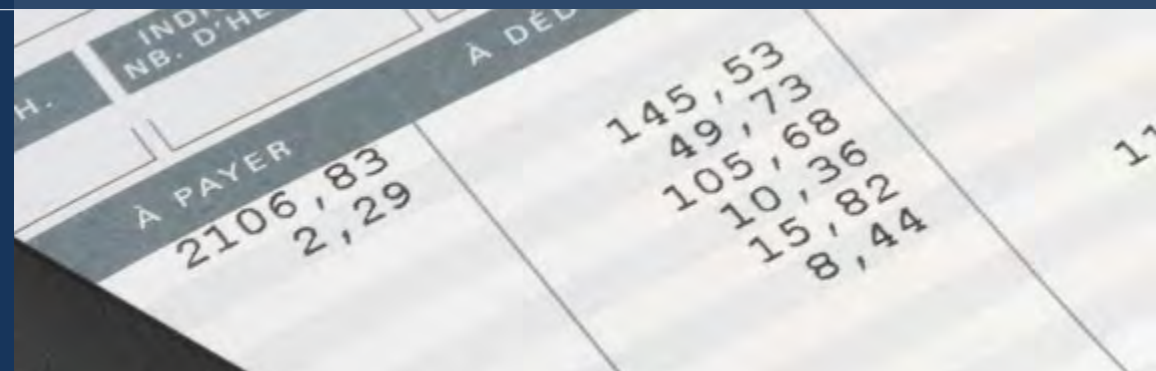
Conocer la estructura del sistema tributario español, con el fin de entender cómo afecta a la actividad económico-financiera de la empresa

14

Conocer todos los elementos que componen los estados financieros en las empresas y análisis detallado de transacciones complejas y de relevancia económica para las organizaciones relativas a operaciones de cobertura y sus efectos sobre los estados financieros

12

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



13

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

15

Conocer, analizar y aplicar los productos de inversión que existen en el mercado

16

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

18

Analizar los diferentes tipos de riesgos a los que está sometida la empresa y conocer los instrumentos y mecanismos utilizados en los departamentos empresariales de gestión para medirlos, evaluarlos y cubrirlos mediante el uso de activos derivados

19

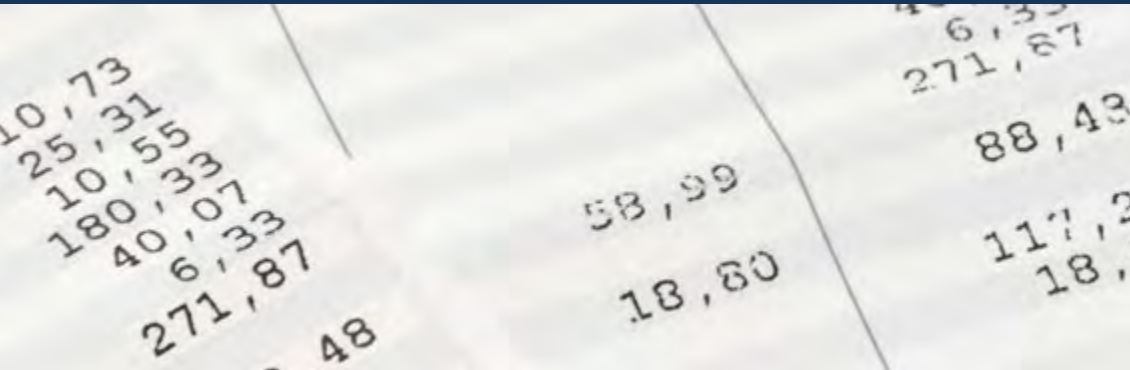
Identificar y aplicar la normativa aplicable al grupo de empresas en la elaboración de las cuentas anuales

17

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

20

Realizar un análisis sobre llevar a cabo una estrategia de planificación y control exitosa



05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer), el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada en base a la metodología didáctica más innovadora. Gracias a todos estos conocimientos, el egresado podrá desarrollarse en puestos directivos de categoría senior.



“

Aumente sus competencias y consiga sus objetivos. Con el novedoso sistema pedagógico de TECH, el éxito como directivo en el área contable está al alcance de su mano”

01

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

04

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

02

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

05

Medir riesgos de carteras y proponer coberturas para reducir esos riesgos

03

Realizar una planificación financiera a corto y largo plazo y compatibilizar los objetivos financieros a corto plazo de la empresa con los de largo plazo

06

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

07

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

10

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

08

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

11

Resolver casos prácticos de contabilidad analítica y de gestión

09

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

12

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

06

Estructura y contenido

El MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) es un programa diseñado a medida del profesional que se imparte en formato 100% online. De esta manera, el mismo podrá elegir el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses, logrando un aprendizaje más efectivo.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que sienta las bases para su éxito laboral como gestor contable.



“

Nuestro plan de estudios está diseñado para que realicen un aprendizaje contextual de todas las situaciones a las que puedes enfrentarte en tu práctica diaria”

Plan de estudios

El MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) de TECH Global University es un programa intensivo que prepara al profesional para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel contable, tanto en el ámbito nacional como internacional. El contenido del programa está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos. Gracias a este temario, el egresado estará preparado para ejercer con acierto como Chief Accounting Officer.

A lo largo de 2.700 horas de estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje profundo que será de utilidad para tu labor diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para especializar a directivos que entiendan la dirección contable desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

Este Máster Título Propio se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 15 módulos:

Módulo 1	Contabilidad avanzada I
Módulo 2	Contabilidad de gestión para la toma de decisiones
Módulo 3	Contabilidad avanzada II
Módulo 4	Contabilidad y fiscalidad
Módulo 5	Análisis de estados económicos-financieros
Módulo 6	Normativa internacional
Módulo 7	Análisis y gestión de instrumentos financieros
Módulo 8	Combinaciones de negocios y valoración de empresas
Módulo 9	Consolidación de estados financieros
Módulo 10	Planificación financiero-contable para la toma de decisiones empresariales
Módulo 11	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 12	Dirección de Personas y Gestión del Talento
Módulo 13	Dirección Económico-Financiera
Módulo 14	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
Módulo 15	Management Directivo

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) de manera totalmente online. Durante los 12 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 su desarrollo profesional y dar el salto definitivo.



Módulo 1. Contabilidad avanzada I

1.1. Constitución de sociedades

- 1.1.1. Introducción a la contabilidad de sociedades
- 1.1.2. Capital social
 - 1.1.2.1. Aportaciones dinerarias
 - 1.1.2.2. Aportaciones no dinerarias
- 1.1.3. Constitución de las sociedades anónimas
 - 1.1.3.1. Constitución por fundación simultánea o por convenio
 - 1.1.3.2. Constitución por fundación sucesiva o por suscripción pública

1.2. Autocartera

- 1.2.1. Concepto de autocartera
- 1.2.2. Formas de adquisición de las acciones propias
- 1.2.3. Enajenación de la autocartera
- 1.2.4. Amortización de la autocartera

1.3. Inmovilizado material

- 1.3.1. Introducción al inmovilizado material
- 1.3.2. Valoración inicial del inmovilizado material
 - 1.3.2.1. Precio de adquisición
 - 1.3.2.2. Coste de producción
 - 1.3.2.3. Permutas
 - 1.3.2.4. Aportaciones no dinerarias
- 1.3.3. Valoración posterior del inmovilizado material
 - 1.3.3.1. Amortización
 - 1.3.3.2. Deterioro
- 1.3.4. Baja del inmovilizado material

1.4. Impuesto sobre el valor añadido – IVA (I)

- 1.4.1. El Impuesto sobre el valor añadido y sus cuentas
- 1.4.2. El IVA soportado
- 1.4.3. El IVA repercutido
- 1.4.4. La contabilización del Impuesto sobre el valor añadido en compras y gastos
- 1.4.5. La contabilización del Impuesto sobre el valor añadido en ventas y prestación de servicios

1.5. Impuesto sobre el valor añadido – IVA (II)

- 1.5.1. Regla de la prorrata
 - 1.5.1.1. Prorrata general
 - 1.5.1.2. Prorrata especial
 - 1.5.1.3. Regla de la prorrata en los bienes de inversión
- 1.5.2. Los regímenes especiales
- 1.5.3. Las adquisiciones intracomunitarias, importaciones y exportaciones de bienes

1.6. Impuesto de Sociedades – IS (I)

- 1.6.1. El Impuesto de Sociedades y sus cuentas
- 1.6.2. Activos y pasivos por impuesto corriente
- 1.6.3. Activos y pasivos por impuesto diferido
- 1.6.4. Valoración de activos y pasivos por impuesto corriente e impuesto diferido

1.7. Impuesto de Sociedades – IS (II)

- 1.7.1. Bases imponibles negativas
- 1.7.2. Ajustes del Impuesto de Sociedades
 - 1.7.2.1. Diferencias permanentes
 - 1.7.2.2. Diferencias temporarias

1.8. Financiación I

- 1.8.1. Introducción a la financiación de las sociedades
- 1.8.2. Reservas
 - 1.8.2.1. Cuenta 110: prima de emisión
 - 1.8.2.2. Cuenta 111: reserva legal
 - 1.8.2.3. Cuenta 113: reserva voluntaria
 - 1.8.2.4. Cuenta 114: reservas especiales
 - 1.8.2.5. Cuenta 118: aportaciones de socios o propietarios

- 1.8.3. Resultados pendientes de aplicación
 - 1.8.3.1. Cuenta 120: remanente
 - 1.8.3.2. Cuenta 121: resultados negativos de ejercicios anteriores
 - 1.8.3.3. Cuenta 129: resultado del ejercicio
- 1.8.4. Subvenciones de capital en pymes

1.9. Financiación II

- 1.9.1. Provisiones
- 1.9.2. Deudas a largo plazo
 - 1.9.2.1. Deudas a largo plazo con características especiales
 - 1.9.2.2. Deudas a largo plazo con partes vinculadas
 - 1.9.2.3. Deudas a largo plazo por préstamos recibidos, empréstitos y otros conceptos

- 1.9.3. Fianzas
 - 1.9.3.1. Cuenta 180: fianzas recibidas a largo plazo
 - 1.9.3.2. Cuentas 181: anticipos recibidos por ventas o prestaciones de servicios a largo plazo
 - 1.9.3.3. Cuenta 189: garantías financieras a largo plazo
- 1.9.4. Situaciones transitorias de financiación

1.10. Cuentas financieras I

- 1.10.1. Empréstitos, deudas con características especiales y otras emisiones análogas a corto plazo
- 1.10.2. Deudas a corto plazo con partes vinculadas
- 1.10.3. Deudas a corto plazo por préstamos recibidos y otros conceptos
- 1.10.4. Inversiones financieras a corto plazo con partes vinculadas

Módulo 2. Contabilidad de gestión para la toma de decisiones

2.1. Fundamentos conceptuales

- 2.1.1. La contabilidad analítica: concepto, evolución y ámbito de estudio
- 2.1.2. Objetivos y usuarios de la misma
- 2.1.3. Relaciones y diferencias entre contabilidad analítica y contabilidad financiera

2.2. El coste: conceptos básicos

- 2.2.1. Concepto de coste y magnitudes que lo integran
- 2.2.2. Relatividad de las cifras de coste
- 2.2.3. Itinerario contable de los costes: la conexión costes-activo-resultados
- 2.2.4. El concepto de gasto y su relación con el de coste

2.3. Modelo básico de acumulación de costes y resultados

- 2.3.1. El flujo contable de los costes: identificación, periodificación, clasificación y localización de los componentes
- 2.3.2. El análisis de la actividad como base generadora de los costes
- 2.3.3. La relación costes-actividad-producción. La problemática de los costes indirectos
- 2.3.4. Estructura del modelo básico de acumulación: el análisis por funciones

- 2.3.5. Concepto y objetivos de la clasificación de los costes por funciones
 - 2.3.5.1. Principales funciones que integran la actividad de explotación de la empresa y criterios para la delimitación e imputación de sus costes
 - 2.3.5.2. La asignación de costes a coste completo industrial
- 2.3.6. Cuenta de resultados funcional: concepto y estructura

2.4. Valoración de almacenes

- 2.4.1. Las existencias
- 2.4.2. Métodos de valoración

2.5. La producción en curso y perdida

- 2.5.1. Valoración de las existencias finales de producción en curso
- 2.5.2. Valoración de las existencias iniciales de producción en curso
- 2.5.3. Valoración de la producción perdida

2.6. Sistema de producción multifásica

- 2.6.1. Introducción
- 2.6.2. Los productos semiterminados
- 2.6.3. Modelo de producción multifásica
- 2.6.4. Producción multifásica en serie
- 2.6.5. Producción multifásica en paralelo

2.7. Modelo de costes variables

- 2.7.1. Fundamentos conceptuales
- 2.7.2. Acumulación de costes y estructura de la cuenta de resultados
- 2.7.3. El margen de contribución como instrumento de análisis de rentabilidad y toma de decisiones

- 2.7.4. Localización y análisis de costes por centros en el marco del modelo de costes variables
- 2.7.5. «*Direct costing*» y análisis coste-volumen-beneficio: modelo básico de análisis coste-volumen-beneficio
- 2.7.6. Determinación del umbral de rentabilidad
- 2.7.7. Limitaciones del modelo de costes variables

2.8. Toma de decisiones bajo costes variables

- 2.8.1. La actividad y la capacidad conceptos básicos para el análisis y control de gestión
- 2.8.2. Comportamiento de los costes y las variaciones en el nivel de actividad: costes fijos y costes variables

- 2.8.3. Aplicaciones del «*direct costing*» a las decisiones sobre precios y productos
- 2.8.4. El aprovechamiento de la capacidad instalada como marco condicionante de decisiones empresariales: criterios de decisión en situaciones de baja ocupación y de plena ocupación

- 2.8.5. Decisiones sobre fabricar, subcontratar o comprar
- 2.8.6. Decisiones sobre continuar el procesamiento del producto o venderlo con un grado de elaboración menor
- 2.8.7. Decisiones sobre aceptación o rechazo de pedidos especiales

2.9. Modelo de costes estándares

- 2.9.1. Las desviaciones
 - 2.9.1.1. Desviaciones en costes directos
 - 2.9.1.2. Desviaciones en costes indirectos

2.10. Modelo de costes basado en la imputación racional

- 2.10.1. El aprovechamiento de la capacidad instalada como factor de eficiencia: capacidad utilizada y capacidad ociosa: su incidencia en los costes
- 2.10.2. Los costes de subactividad

- 2.10.3. El método de imputación racional para la asignación de costes
 - 2.10.3.1. Fundamento conceptual
 - 2.10.3.2. Imputación de los costes
 - 2.10.3.3. Estructura de la cuenta de resultados
- 2.10.4. Aportaciones del método para el análisis y el control de gestión

Módulo 3. Contabilidad avanzada II

3.1. Cuentas financieras II

- 3.1.1. Otras inversiones financieras temporales
- 3.1.2. Otras cuentas no bancarias
- 3.1.3. Fianzas y depósitos recibidos y constituidos a corto plazo y ajustes por periodificación
- 3.1.4. Tesorería
- 3.1.5. Activos no corrientes mantenidos para la venta y activos y pasivos asociados
- 3.1.6. Deterioro del valor de inversiones financieras a corto plazo

3.2. Combinación de negocios (I)

- 3.2.1. Introducción a la combinación de negocios
- 3.2.2. Clasificación de las combinaciones de negocios
- 3.2.3. El método de adquisición
 - 3.2.3.1. Determinación de la empresa adquirente
 - 3.2.3.2. Identificación de la fecha de adquisición

- 3.2.3.3. Coste de la combinación de negocios
- 3.2.3.4. Reconocimiento del fondo de comercio o diferencia negativa
- 3.2.4. Contabilidad provisional
- 3.2.5. Combinación de negocios realizadas por etapas

3.3. Combinación de negocios (II)

- 3.3.1. Concepto de la fusión de sociedades y sus tipos
- 3.3.2. El proyecto de fusión
- 3.3.3. El balance de fusión
- 3.3.4. La aprobación de la fusión
- 3.3.5. Formalización e inscripción del acuerdo de fusión

- 3.3.6. Efectos de la fusión
- 3.3.7. Clases de fusión
 - 3.3.7.1. Fusión directa
 - 3.3.7.2. Fusión indirecta
 - 3.3.7.3. Fusión por etapas
 - 3.3.7.4. Fusión gemelar
 - 3.3.7.5. Fusión inversa

3.4. Combinación de negocios (III)

- 3.4.1. Concepto de la escisión de sociedades
- 3.4.2. Régimen jurídico de la escisión
- 3.4.3. Efectos de la escisión
- 3.4.4. Clases de escisión
 - 3.4.4.1. Escisión total
 - 3.4.4.2. Escisión parcial

3.5. Combinación de negocios (IV)

- 3.5.1. Concepto de segregación de sociedades
- 3.5.2. Segregación parcial

3.6. Concurso de acreedores

- 3.6.1. Concepto de concurso de acreedores
- 3.6.2. Clases de concurso
- 3.6.3. La Administración concursal
- 3.6.4. Consecuencias de la declaración concursal
- 3.6.5. Esquema contable

3.7. Introducción a la revisión de cuentas anuales

- 3.7.1. Las cuentas anuales
- 3.7.2. Concepto de auditoría
- 3.7.3. Objetivos de la revisión de cuentas anuales
- 3.7.4. Principios fundamentales contables y éticos
- 3.7.5. Marco normativo
 - 3.7.5.1. Marco normativo de información financiera de imagen fiel

- 3.7.5.2. Marco normativo de información financiera de cumplimiento
- 3.7.5.3. Marco normativo de información financiera adecuado
- 3.7.5.4. Marco normativo de información financiera inadecuado
- 3.7.5.5. Marco normativo de información financiera que resulta de aplicación para empresas en liquidación

- 3.7.6. Normativa reguladora de ámbito nacional e internacional
 - 3.7.6.1. Ley 19/1988 de Auditoría de Cuentas (LAC 19/1988)
 - 3.7.6.2. Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas (LAC)
 - 3.7.6.3. Real Decreto 1517/2011, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla el texto refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas (RAC)

- 3.7.6.4. Normas internacionales de auditoría adoptadas por la Unión Europea (NIA)
- 3.7.6.5. Normas técnicas de auditoría (NTA)
- 3.7.6.6. Usos y costumbres
- 3.7.6.7. Normas de ética

3.8. Partes implicadas en la revisión de cuentas anuales

- 3.8.1. Entidades obligadas a someterse a auditorías de cuentas anuales
- 3.8.2. Los auditores de cuentas
 - 3.8.2.1. Requisitos para el ejercicio de la auditoría
 - 3.8.2.2. Responsabilidad de los auditores

- 3.8.2.3. Deber de los auditores
 - 3.8.2.3.1. Deber de independencia
 - 3.8.2.3.2. Deber de conservación y custodia
 - 3.8.2.3.3. Deber de secreto
 - 3.8.2.3.4. Deber de escepticismo y juicio profesional

3.9. Instituto de contabilidad y auditoría de cuentas (ICAC)

- 3.9.1. Naturaleza del ICAC
- 3.9.2. Funciones del ICAC
- 3.9.3. Régimen de supervisión
- 3.9.4. Régimen sancionador

3.10. Informe de auditoría de cuentas anuales

- 3.10.1. Estructura del informe de auditoría
 - 3.10.1.1. Elementos básicos del informe de la auditoría de cuentas anuales
- 3.10.2. Otros aspectos
- 3.10.3. Modelo de informe de auditoría

Módulo 4. Contabilidad y fiscalidad

4.1. El plan general de contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> 4.1.3.5. Criterios de registro o reconocimiento contable de los elementos de las cuentas anuales 4.1.3.6. Criterios de valoración 4.1.3.7. Principios y normas de contabilidad generalmente aceptados 4.1.4. Normas de registro y valoración 4.1.5. Cuentas anuales 	4.2. Tratamiento contable de compras y ventas de existencias	<ul style="list-style-type: none"> 4.2.3. Cuentas de gastos e ingresos relacionados con las existencias 4.2.4. Valoración de existencias y correcciones valorativas 4.2.5. El IVA en las compras y ventas
<ul style="list-style-type: none"> 4.1.1. Marco normativo 4.1.2. Estructura del PGC 4.1.3. Marco conceptual de la contabilidad <ul style="list-style-type: none"> 4.1.3.1. Cuentas anuales e imagen fiel 4.1.3.2. Requisitos de la información a incluir en las cuentas anuales 4.1.3.3. Principios contables 4.1.3.4. Elementos de las cuentas anuales 		<ul style="list-style-type: none"> 4.2.1. Normas de registro y valoración de las existencias 4.2.2. Métodos de asignación de valor de las existencias 	
4.3. Tratamiento contable de acreedores y deudores por operaciones comerciales	<ul style="list-style-type: none"> 4.3.3. Operaciones comerciales con intereses por aplazamiento. <i>Factoring</i> 4.3.4. Operaciones en moneda extranjera 4.3.5. Cuentas de personal y administraciones públicas 4.3.6. Periodificación 4.3.7. Correcciones valorativas 	4.4. Tratamiento contable del inmovilizado no financiero	<ul style="list-style-type: none"> 4.4.4. Inmovilizado intangible 4.4.5. Correcciones valorativas 4.4.6. Activos mantenidos para la venta 4.4.7. Arrendamiento financiero
<ul style="list-style-type: none"> 4.3.1. Normas de registro y valoración de instrumentos financieros 4.3.2. Operaciones corrientes 		<ul style="list-style-type: none"> 4.4.1. Normas de registro y valoración de inmovilizado no financiero 4.4.2. Inmovilizado en curso 4.4.3. Inversiones inmobiliarias 	
4.5. Tratamiento contable de los instrumentos financieros	<ul style="list-style-type: none"> 4.5.2.2. Activos financieros mantenidos para negociar 4.5.2.3. Activos financieros disponibles para la venta 4.5.2.4. Inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociadas 4.5.2.5. Créditos no comerciales 4.5.2.6. Créditos, préstamos y otros débitos 	<ul style="list-style-type: none"> 4.5.2.7. Empréstitos y otras emisiones análogas 4.5.2.8. Pasivos financieros mantenidos para negociar 4.5.3. Fianzas, depósitos y otras cuentas no bancarias 4.5.4. Ajustes por periodificación 	4.6. Tratamiento contable de fondos propios, subvenciones y provisiones
<ul style="list-style-type: none"> 4.5.1. Normas de registro y valoración de instrumentos financieros 4.5.2. Clasificación de instrumentos financieros <ul style="list-style-type: none"> 4.5.2.1. Inversiones mantenidas hasta el vencimiento 			<ul style="list-style-type: none"> 4.6.1. Fuentes de financiación propias 4.6.2. Instrumentos de patrimonio 4.6.3. Subvenciones, donaciones y legados 4.6.4. Provisiones y pagos basados en instrumentos del patrimonio
4.7. Tratamiento contable de gastos e ingresos y operaciones derivadas del fin del ejercicio económico	<ul style="list-style-type: none"> 4.7.1.7. Pérdidas procedentes de activos no corrientes y gastos excepcionales 4.7.2. Tratamiento contable de ingresos <ul style="list-style-type: none"> 4.7.2.1. Ventas de existencias 4.7.2.2. Trabajos realizados para la empresa 4.7.2.3. Subvenciones, donaciones y legados 4.7.2.4. Otros ingresos de gestión 4.7.2.5. Ingresos financieros 4.7.2.6. Beneficios procedentes de activos no corrientes e ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> 4.7.3. Operaciones derivadas del fin del ejercicio económico <ul style="list-style-type: none"> 4.7.3.1. Variación de existencias 4.7.3.2. Amortizaciones 4.7.3.3. Pérdidas por deterioro y otras dotaciones 4.7.3.4. Reversión del deterioro y exceso de provisiones 	4.8. Introducción al sistema tributario español. Impuestos locales
<ul style="list-style-type: none"> 4.7.1. Tratamiento contable de gastos <ul style="list-style-type: none"> 4.7.1.1. Compras de existencias 4.7.1.2. Servicios exteriores 4.7.1.3. Tributos 4.7.1.4. Gastos de personal 4.7.1.5. Otros gastos de gestión 4.7.1.6. Gastos financieros 			<ul style="list-style-type: none"> 4.8.1. Sistema tributario español 4.8.2. Normativa aplicable 4.8.3. Impuesto de actividades económicas 4.8.4. Impuesto sobre bienes inmuebles 4.8.5. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados
4.9. Impuesto sobre sociedades	<ul style="list-style-type: none"> 4.9.3. Deuda tributaria. Deducciones y bonificaciones 4.9.4. Retenciones y pagos a cuenta 4.9.5. Incentivos fiscales de reducida dimensión 	<ul style="list-style-type: none"> 4.10.2.1. Tipos de rentas 4.10.2.2. Rentas no sujetas y exentas 	<ul style="list-style-type: none"> 4.10.3.5. Ganancias y pérdidas patrimoniales 4.10.3.6. Imputación de rentas 4.10.3.7. Liquidación del impuesto <ul style="list-style-type: none"> 4.10.3.7.1. Base liquidable 4.10.3.7.2. Mínimo personal y familiar 4.10.3.7.3. Cuota íntegra 4.10.3.7.4. Cuota líquida 4.10.3.7.5. Cuota diferencial
<ul style="list-style-type: none"> 4.9.1. Normativa aplicable 4.9.2. Diferencias entre resultado contable y fiscal <ul style="list-style-type: none"> 4.9.2.1. Amortizaciones 4.9.2.2. Arrendamientos financieros 4.9.2.3. Correcciones de valor por deterioro y provisiones 4.9.2.4. Gastos no deducibles 	<ul style="list-style-type: none"> 4.10. Impuesto sobre la renta de las personas físicas 4.10.1. Normativa aplicable 4.10.2. Conceptos generales 	<ul style="list-style-type: none"> 4.10.3. Tipos de rentas <ul style="list-style-type: none"> 4.10.3.1. Rendimientos del trabajo 4.10.3.2. Rendimientos del capital inmobiliario 4.10.3.3. Rendimientos del capital mobiliario 4.10.3.4. Rendimientos de actividades económicas 	

Módulo 5. Análisis de estados económicos-financieros

<p>5.1. La información contable contenida en los estados financieros</p>	<p>5.1.3. La cuenta de resultados: naturaleza, significado y componentes</p>	<p>5.2. Las técnicas de análisis económico-financiero</p>	<p>5.3. Análisis de la situación financiera a corto plazo (I)</p>
<p>5.1.1. Objetivos generales de la información contable</p> <p>5.1.2. El balance: naturaleza, significado y componentes</p>	<p>5.1.4. El estado de cambios en el patrimonio neto: significado y componentes</p> <p>5.1.5. El estado de flujos de efectivo: significado y componentes</p>	<p>5.2.1. Objetivos del análisis económico-financiero</p> <p>5.2.2. Métodos de análisis</p> <p>5.2.3. Análisis económico y análisis financiero</p> <p>5.2.4. Clasificación financiera del balance</p> <p>5.2.5. Estructura económica de la cuenta de resultados</p>	<p>5.3.1. El equilibrio a corto plazo</p> <p>5.3.2. El fondo de maniobra o capital circulante</p> <p>5.3.3. El periodo medio de maduración o el ciclo de explotación</p> <p>5.3.4. El fondo de maniobra necesario</p>
<p>5.4. Análisis de la situación financiera a corto plazo (II)</p>	<p>5.5. Análisis de la situación financiera a largo plazo (I)</p>	<p>5.6. Análisis de la situación financiera a largo plazo (II)</p>	<p>5.7. Análisis de la situación económica: rentabilidades</p>
<p>5.4.1. Las ratios: concepto y significado</p> <p>5.4.2. Principales ratios utilizados en el análisis de los estados financieros: solvencia y liquidez</p> <p>5.4.3. Ratios de giro de los componentes del capital circulante</p>	<p>5.5.1. Estructura económico-financiera: activo, pasivo y patrimonio neto</p> <p>5.5.2. Relación entre pasivo y patrimonio neto</p> <p>5.5.3. Garantía y endeudamiento</p> <p>5.5.4. El efecto apalancamiento</p>	<p>5.6.1. Análisis de la generación de beneficios</p> <p>5.6.2. Análisis de la generación de fondos</p>	<p>5.7.1. La rentabilidad de la inversión (ROI) y sus componentes</p> <p>5.7.2. La rentabilidad financiera o de los fondos propios (ROE)</p> <p>5.7.3. La rentabilidad para el accionista</p>
<p>5.8. Aplicación de los conceptos de ROA a y ROE: el coste medio ponderado de capital</p>	<p>5.9. Cuantificación de los efectos financieros y económicos que tienen las decisiones de inversión y financiación</p>	<p>5.10. Análisis global de los estados financieros: caso práctico</p>	
<p>5.8.1. El coste medio ponderado de capital</p> <p>5.8.2. Los factores que determinan el coste de capital</p> <p>5.8.3. El cálculo del coste del capital</p> <p>5.8.4. La determinación del coste de cada fuente financiera</p>	<p>5.9.1. Planteamiento de la cuestión a través de un ejemplo</p> <p>5.9.2. El apalancamiento financiero</p> <p>5.9.3. La estructura financiera</p>		

Módulo 6. Normativa internacional

6.1. Arquitectura contable internacional. Marco conceptual

- 6.1.1. Características generales
- 6.1.2. Objetivo de la información financiera con propósito general
- 6.1.3. Características cualitativas de la información financiera útil
- 6.1.4. Elementos de los estados financieros

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

- 6.2.1. Introducción: objetivo, alcance
- 6.2.2. Definiciones
- 6.2.3. Estados financieros
- 6.2.4. Estructura y contenido

6.3. Estado de flujo de efectivo (NIC7)

- 6.3.1. Introducción: objetivo, alcance
- 6.3.2. Presentación de un estado de flujos de efectivo
- 6.3.3. Información sobre flujos de efectivo de las actividades de operación
- 6.3.4. Información sobre flujos de efectivo de las actividades de inversión y financiación

6.4. Inventarios (NIC 2)

- 6.4.1. Introducción: objetivo, alcance
- 6.4.2. Definiciones
- 6.4.3. Medición de los inventarios
- 6.4.4. Reconocimiento como un gasto

6.5. Propiedades, planta y equipo (NIC 16)

- 6.5.1. Objetivo
- 6.5.2. Alcance
- 6.5.3. Definiciones
- 6.5.4. Reconocimiento
- 6.5.5. Medición en el momento del reconocimiento
- 6.5.6. Medición posterior del reconocimiento
- 6.5.7. Baja en cuentas

6.6. Propiedades de inversión (NIC 40)

- 6.6.1. Clasificación de propiedades como propiedades de inversión
- 6.6.2. Medición en el momento del reconocimiento
- 6.6.3. Medición posterior del reconocimiento
- 6.6.4. Baja en cuentas

6.7. Activos intangibles (NIC 38)

- 6.7.1. Reconocimiento como gasto
- 6.7.2. Medición posterior al reconocimiento
- 6.7.3. Vida útil
- 6.7.4. Activos intangibles con vidas útiles finitas
- 6.7.5. Activos intangibles con vidas útiles indefinidas

6.8. Costes por préstamos (INTERESES) (NIC 23)

- 6.8.1. Costos por préstamos susceptibles de capitalización
- 6.8.2. Inicio de la capitalización
- 6.8.3. Suspensión de la capitalización

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

- 6.9.1. Identificación de un activo que podría estar deteriorado
- 6.9.2. Medición del importe recuperable
- 6.9.3. Reconocimiento y medición de la pérdida por deterioro de valor
- 6.9.4. Unidades generadoras de efectivo
- 6.9.5. Reversión de las pérdidas por deterioro de valor

6.10. Segmentos de operación (NIIF 8)

- 6.10.1. Principio básico
- 6.10.2. Alcance
- 6.10.3. Segmentos de operación
- 6.10.4. Segmentos sobre los que debe informarse

Módulo 7. Análisis y gestión de instrumentos financieros

7.1. Introducción al sistema financiero e instituciones

- 7.1.1. Cuestiones generales
- 7.1.2. Organización del sistema financiero
- 7.1.3. Instituciones financieras
- 7.1.4. Mercados financieros
- 7.1.5. Activos financieros
- 7.1.6. El sistema financiero español

7.2. Deuda pública a corto plazo

- 7.2.1. Introducción
- 7.2.2. Las letras del tesoro: definición y características
- 7.2.3. Las letras del tesoro: forma de emisión
- 7.2.4. Mercado secundario de letras del tesoro

7.3. Deuda pública a largo plazo

- 7.3.1. Introducción
- 7.3.2. Bonos y obligaciones del estado: definición y características
- 7.3.3. Bonos y obligaciones: forma de emisión
- 7.3.4. Mercados secundarios de bonos y obligaciones del estado

7.4. Deuda corporativa a corto plazo

- 7.4.1. Introducción
- 7.4.2. Pagarés de empresa y otros activos empresariales a corto plazo: definición y características
- 7.4.3. Pagarés de empresa: forma de emisión
- 7.4.4. Mercados secundarios de pagarés de empresa

7.5. Deuda corporativa a largo plazo

- 7.5.1. Introducción
- 7.5.2. Bonos y obligaciones corporativos: definición y características
- 7.5.3. Bonos y obligaciones corporativos: forma de emisión
- 7.5.4. Mercados secundarios de deuda corporativa

7.6. La renta variable: acciones

- 7.6.1. Introducción
- 7.6.2. ¿Qué son las acciones?
- 7.6.3. Valoración de opciones
- 7.6.4. Vigilancia y supervisión oficial del mercado
- 7.6.5. Las empresas de servicios de inversión
- 7.6.6. Ofertas públicas con acciones: OPA, OPE, OPS y OPV
- 7.6.7. Operativa de crédito al mercado

7.7. Las divisas

- 7.7.1. Introducción a divisas
- 7.7.2. El tipo de cambio
- 7.7.3. Factores que afectan al tipo de cambio
- 7.7.4. Operaciones con divisas
- 7.7.5. Características del mercado de divisas

7.8. Instrumentos derivados: *forwards* y futuros

- 7.8.1. Introducción a los derivados
- 7.8.2. Mercado español de futuros financieros (MEFF)
- 7.8.3. Los *forwards*. Definición y estrategias
- 7.8.4. Los futuros. Definición y estrategias
- 7.8.5. Ejemplos de operaciones con *forwards* y futuros

7.9. Instrumentos derivados: opciones

- 7.9.1. Introducción a las opciones
- 7.9.2. Posiciones básicas con opciones
- 7.9.3. Valor intrínseco y valor temporal en opciones
- 7.9.4. Ejemplos de operaciones con opciones

7.10. Instrumentos derivados: SWAPS

- 7.10.1. Introducción a las permutas financieras o SWAPS
- 7.10.2. Características de las operaciones SWAP
- 7.10.3. Clases de SWAPS
- 7.10.4. Ejemplos de operaciones con SWAPS

Módulo 8. Combinaciones de negocios y valoración de empresas

<p>8.1. Razones estratégicas para la adquisición y valoración de una empresa</p> <p>8.1.1. Motivos para valorar una empresa: el proceso de compraventa como herramienta de crecimiento</p> <p>8.1.2. Financiación apalancada. Capital riesgo. (<i>Venture capital, private equity, family offices</i>)</p>	<p>8.1.3. Tipos de operaciones, <i>buy out</i>: LBO, MBO, MBI y BIMBO</p> <p>8.1.4. Aspectos clave en los procesos de fusiones y adquisiciones</p> <p>8.1.5. Nuevas formas de inversión en capital privado, el <i>crowdfunding</i></p>	<p>8.2. Metodologías de valoración del mercado</p> <p>8.2.1. Valoración por múltiplos de empresas cotizadas</p> <p>8.2.2. Valoración por múltiplos de transacciones privadas versus mercados cotizados: la prima de iliquidez</p> <p>8.2.3. Fórmulas analíticas de los múltiplos</p> <p>8.2.4. Casos prácticos</p>	<p>8.3. Metodología de flujo de caja descontado (DCF)</p> <p>8.3.1. Método de descuento de flujos de caja libre</p> <p>8.3.2. El flujo de caja libre</p> <p>8.3.3. La tasa de inversión neta (TIN)</p> <p>8.3.4. El valor residual</p> <p>8.3.5. La tasa de descuento, coste medio ponderado del capital o WACC</p>
<p>8.3.6. El valor de la empresa</p> <p>8.3.7. Cálculo de la deuda financiera neta, los pasivos contingentes y el valor de las acciones</p> <p>8.3.8. Casos prácticos</p>	<p>8.4. Una visión más profunda: modelización de la empresa a valorar</p> <p>8.4.1. Análisis de la información contable, cálculo de tendencias. Tac's y promedios: identificación de los "<i>value drivers</i>"</p>	<p>8.4.2. Proyecciones de ingresos por líneas de negocio, costes directos e indirectos</p> <p>8.4.3. Proyecciones de ebitda, en función de históricos, tendencias de mercado y plan estratégico de la compañía</p> <p>8.4.4. Hipótesis de amortizaciones y necesidades de inversión</p>	<p>8.4.5. Cálculo del periodo medio de maduración histórico</p> <p>8.4.6. Cálculo del fondo de maniobra necesario</p> <p>8.4.7. Flujo de caja libre, flujo de caja de la deuda y flujo de caja del accionista</p> <p>8.4.8. Proyecciones del balance</p>
<p>8.5. Análisis e inclusión del riesgo en una compra-venta</p> <p>8.5.1. Una visión más exhaustiva del coste medio ponderado del capital</p> <p>8.5.2. El coste de los recursos ajenos</p> <p>8.5.3. El coste de los recursos propios, la metodología del dividendo</p>	<p>8.5.4. El CAPM para calcular el coste del capital de empresas cotizadas</p> <p>8.5.5. Cálculo de la beta para empresas no cotizadas a partir de datos de cotizadas</p> <p>8.5.6. El CAPM para empresas no cotizadas: primas de tamaño y primas de iliquidez</p> <p>8.5.7. Casos prácticos</p>	<p>8.6. Incertidumbre y riesgo, la inclusión de la aleatoriedad</p> <p>8.6.1. Creación de escenarios, cálculo y uso de la volatilidad para crear intervalos de valor</p> <p>8.6.2. Simulación montecarlo</p>	<p>8.6.3. Análisis de sensibilidad</p> <p>8.6.4. Precio vs. valor: el valor de las sinergias. Reducción del riesgo a través de la forma de pago</p> <p>8.6.5. Casos prácticos</p>
<p>8.7. Solución de dos casos prácticos integrados</p> <p>8.7.1. Valoración de una empresa del sector servicios</p> <p>8.7.2. Valoración de una empresa de producción</p>	<p>8.8. Otras metodologías de valoración</p> <p>8.8.1. Metodología del "<i>equity</i>"</p> <p>8.8.2. Metodología del EVA</p>	<p>8.9. Las combinaciones de negocios en los estados contables</p> <p>8.9.1. IFRS 3, IFRS 13, NIC 38</p> <p>8.9.2. El fondo de comercio</p> <p>8.9.3. Reconocimiento de otros activos intangibles</p>	<p>8.10. Valoración de intangibles</p> <p>8.10.1. La marca como activo intangible líder, resto de intangibles que conforman el valor de una empresa: el método del exceso de beneficio en periodos múltiples</p> <p>8.10.2. Métodos para calcular el valor de la marca</p> <p>8.10.2.1. Método del <i>royalty</i></p> <p>8.10.2.2. Método <i>interbrand</i></p>

Módulo 9. Consolidación de estados financieros

9.1. La consolidación contable. Introducción

- 9.1.1. Introducción
 - 9.1.1.1. Concepto de consolidación
 - 9.1.1.2. Normativa para la formulación de las cuentas anuales consolidadas
- 9.1.2. Sujetos de la consolidación
- 9.1.3. Obligación de consolidar
- 9.1.4. Métodos de consolidación

9.2. Método de integración global. Parte I

- 9.2.1. Introducción
- 9.2.2. Homogeneizaciones
- 9.2.3. Agregaciones y método de adquisición
- 9.2.4. Eliminaciones

9.3. Método de integración global. Parte II

- 9.3.1. Introducción
- 9.3.2. Escenario 1: variación de la inversión sin modificación del porcentaje de participación modificaciones de la participación

- 9.3.3. Escenario 2: variación en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
 - 9.3.3.1. Incremento en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
 - 9.3.3.2. Decremento en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
- 9.3.4. Escenario 3: disminución del porcentaje de participación que supone pérdida de control
- 9.3.5. Casos particulares y excepciones al método de adquisición

9.4. Método de integración global. Parte III

- 9.4.1. Introducción
- 9.4.2. Casos particulares
 - 9.4.2.1. Participaciones indirectas
 - 9.4.2.2. Adquisiciones inversas
 - 9.4.2.3. Otras adquisiciones

9.5. Método de integración global. Parte IV

- 9.5.1. Introducción
- 9.5.2. Eliminaciones de partidas intragrupo y de resultados
- 9.5.3. Operaciones intragrupo no financieras

9.6. Método de integración global. Parte V

- 9.6.1. Introducción
- 9.6.2. Eliminaciones no patrimoniales
- 9.6.3. Operaciones intragrupo financieras

9.7. Procedimiento de puesta en equivalencia

- 9.7.1. Introducción. Descripción del procedimiento
- 9.7.2. Valoración en ejercicios posteriores mediante procedimiento de puesta en equivalencia
- 9.7.3. Operaciones intragrupo entre sociedades puestas en equivalencia y empresas del grupo
- 9.7.4. Modificación de la participación
- 9.7.5. Deterioros de valor y pérdida de condición de multigrupo asociada

9.8. Método de integración proporcional

- 9.8.1. Definición y criterios aplicables
- 9.8.2. Aportaciones no dinerarias
- 9.8.3. Negocios conjuntos mantenidos para la venta
- 9.8.4. Otros
- 9.8.5. Inversiones y desinversiones en entidades bajo control conjunto
- 9.8.6. Participaciones previas a la consideración de multigrupo
- 9.8.7. Pérdida de condición multigrupo
- 9.8.8. Extinción de la relación de control conjunto

9.9. Otras normas aplicables a la consolidación

- 9.9.1. Introducción
- 9.9.2. Conversión de cuentas anuales en moneda extranjera (arts. 59 A 67)
- 9.9.3. Otras normas aplicables a la consolidación

9.10. Cuentas anuales consolidadas

- 9.10.1. Introducción
- 9.10.2. Normas generales de las cuentas anuales consolidadas
- 9.10.3. El balance de situación consolidado
- 9.10.4. La cuenta de p y g consolidada
- 9.10.5. Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado
- 9.10.6. Estado de flujos de efectivo consolidado
- 9.10.7. La memoria consolidada

Módulo 10. Planificación financiero-contable para la toma de decisiones empresariales

10.1. La planificación económica-financiera en la empresa

- 10.1.1. La importancia de la planificación económico-financiera
- 10.1.2. Consideraciones generales sobre la estrategia empresarial
- 10.1.3. El papel de los presupuestos en la planificación
- 10.1.4. Centros de control de la empresa y de áreas de responsabilidad

10.2. Estructura y proceso presupuestario

- 10.2.1. El presupuesto maestro de la empresa
 - 10.2.1.1. Presupuesto operativo
 - 10.2.1.2. Presupuesto de inversión/desinversión
- 10.2.2. Presupuesto de tesorería

10.2.3. Clasificación y técnicas de elaboración presupuestaria

- 10.2.3.1. Presupuestos base cero
- 10.2.3.2. Presupuestos basados en actividades
- 10.2.3.3. Presupuestos flexibles
- 10.2.4. Errores a evitar en el proceso presupuestario

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

- 10.3.1. Presupuesto de ingresos
- 10.3.2. Presupuesto de producción
 - 10.3.2.1. Determinación de existencias
 - 10.3.2.2. Presupuesto de compras
 - 10.3.2.3. Mod

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

- 10.4.1. Presupuestos de distribución
- 10.4.2. Presupuestos comerciales
- 10.4.3. Presupuestos de gastos generales

10.5. El presupuesto de capital

- 10.5.1. El presupuesto de capital desde la perspectiva contable
- 10.5.2. Los empleos
- 10.5.3. Gastos de inversión
- 10.5.4. Necesidades netas de capital corriente

10.5.5. Las amortizaciones financieras

- 10.5.6. Los recursos financieros
- 10.5.7. La autofinanciación
- 10.5.8. La financiación externa
- 10.5.9. Recursos extraordinarios

10.6. El presupuesto de tesorería

- 10.6.1. Estado de flujos de efectivo de explotación
- 10.6.2. Estado de flujos de efectivo de inversión/desinversión
- 10.6.3. Estado de flujos de efectivo provenientes de actividades de financiación

10.7. La elaboración de los estados financieros provisionales

- 10.7.1. La cuenta de pérdidas y ganancias provisional
- 10.7.2. El balance provisional
- 10.7.3. El estado de tesorería

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

- 10.8.1. El uso de presupuesto flexible para el cálculo de variaciones
- 10.8.2. Cálculo de las variaciones para el volumen, precio y eficiencia de las partidas
- 10.8.3. Cálculo de costes estándar y tasas presupuestadas

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

- 10.9.1. Desviaciones en el presupuesto de ventas
- 10.9.2. Desviaciones en los costes directos
- 10.9.3. Desviaciones en el presupuesto de costes indirectos
- 10.9.4. Desviaciones en el presupuesto costes indirectos fijos
- 10.9.5. Interpretación de las variaciones

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

- 10.10.1. Consideraciones generales sobre la estrategia empresarial
- 10.10.2. ¿Qué es el cuadro de mando integral?
- 10.10.3. Elaboración del CMI y principales indicadores

Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

11.1. Globalización y Gobernanza

- 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
- 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
- 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

11.2. Liderazgo

- 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
- 11.2.2. Liderazgo en las empresas
- 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas

11.3. *Cross Cultural Management*

- 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 11.3.3. Gestión de la Diversidad

11.4. Desarrollo directivo y liderazgo

- 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
- 11.4.2. Concepto de Liderazgo
- 11.4.3. Teorías del Liderazgo
- 11.4.4. Estilos de Liderazgo
- 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
- 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

11.5. Ética empresarial

- 11.5.1. Ética y Moral
- 11.5.2. Ética Empresarial
- 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

11.6. Sostenibilidad

- 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Las empresas sostenibles

11.7. Responsabilidad Social de la Empresa

- 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC

11.9. Multinacionales y derechos humanos

- 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

11.10. Entorno legal y *Corporate Governance*

- 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
- 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

12.1. Dirección Estratégica de personas

- 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 12.1.2. Dirección estratégica de personas

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias

- 12.2.1. Análisis del potencial
- 12.2.2. Política de retribución
- 12.2.3. Planes de carrera/sucesión

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

- 12.3.1. La gestión del rendimiento
- 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas

- 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 12.4.3. Fidelización y retención
- 12.4.4. Proactividad e innovación

12.5. Motivación

- 12.5.1. La naturaleza de la motivación
- 12.5.2. La teoría de las expectativas
- 12.5.3. Teorías de las necesidades
- 12.5.4. Motivación y compensación económica

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño

- 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

12.7. Gestión del cambio

- 12.7.1. Gestión del cambio
- 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

12.8. Negociación y gestión de conflictos

- 12.8.1 Negociación
- 12.8.2 Gestión de Conflictos
- 12.8.3 Gestión de Crisis

12.9. Comunicación directiva

- 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 12.9.2. Departamentos de Comunicación
- 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 12.10.1. La productividad
- 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

13.1. Entorno Económico

- 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 13.1.2. Instituciones financieras
- 13.1.3. Mercados financieros
- 13.1.4. Activos financieros
- 13.1.5. Otros entes del sector financiero

13.2. Contabilidad Directiva

- 13.2.1. Conceptos básicos
- 13.2.2. El Activo de la empresa
- 13.2.3. El Pasivo de la empresa
- 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
- 13.2.5. La Cuenta de Resultados

13.3. Sistemas de información y Business Intelligence

- 13.3.1. Fundamentos y clasificación
- 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto

13.4. Presupuesto y Control de Gestión

- 13.4.1. El modelo presupuestario
- 13.4.2. El Presupuesto de Capital
- 13.4.3. La Presupuesto de Explotación
- 13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
- 13.4.6. Seguimiento del Presupuesto

13.5. Dirección Financiera

- 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 13.5.2. El departamento financiero
- 13.5.3. Excedentes de tesorería
- 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

13.6. Planificación Financiera

- 13.6.1. Definición de la planificación financiera
- 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 13.6.4. El cuadro *Cash Flow*
- 13.6.5. El cuadro de circulante

13.7. Estrategia Financiera Corporativa

- 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

13.8. Financiación Estratégica

- 13.8.1. La autofinanciación
- 13.8.2. Ampliación de fondos propios
- 13.8.3. Recursos Híbridos
- 13.8.4. Financiación a través de intermediarios

13.9. Análisis y planificación financiera

- 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
- 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad

13.10. Análisis y resolución de casos/ problemas

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

14.1. Dirección comercial

- 14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
- 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 14.1.3. El rol de los directores comerciales

14.2. Marketing

- 14.2.1. Concepto de Marketing
- 14.2.2. Elementos básicos del marketing
- 14.2.3. Actividades de marketing de la empresa

14.3. Gestión Estratégica del Marketing

- 14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
- 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

14.4. Marketing digital y comercio electrónico

- 14.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
- 14.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
- 14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
- 14.4.4. Categorías del comercio electrónico
- 14.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional

14.5. Marketing digital para reforzar la marca

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

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

- 14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. Hipersegmentación

14.7. Gestión de campañas digitales

- 14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital

14.8. Estrategia de ventas

- 14.8.1. Estrategia de ventas
- 14.8.2. Métodos de ventas

14.9. Comunicación Corporativa

- 14.9.1. Concepto
- 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 14.9.5. Elementos de la comunicación
- 14.9.6. Problemas de la comunicación
- 14.9.7. Escenarios de la comunicación

14.10. Comunicación y reputación digital

- 14.10.1. Reputación online
- 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 14.10.3. Herramientas de reputación online
- 14.10.4. Informe de reputación online
- 14.10.5. *Branding online*

Módulo 15. Management Directivo

15.1. General Management

- 15.1.1. Concepto de General Management
- 15.1.2. La acción del Manager General
- 15.1.3. El Director General y sus funciones
- 15.1.4. Transformación del trabajo de la Ddirección

15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

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

10.3. Dirección de operaciones

- 15.3.1. Importancia de la dirección
- 15.3.2. La cadena de valor
- 15.3.3. Gestión de calidad

15.4. Oratoria y formación de portavoces

- 15.4.1. Comunicación interpersonal
- 15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 15.4.3. Barreras en la comunicación

15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

- 15.5.1. La comunicación interpersonal
- 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 15.5.3. La comunicación en la organización
- 15.5.4. Herramientas en la organización

15.6. Comunicación en situaciones de crisis

- 15.6.1. Crisis
- 15.6.2. Fases de la crisis
- 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

15.7. Preparación de un plan de crisis

- 15.7.1. Análisis de posibles problemas
- 15.7.2. Planificación
- 15.7.3. Adecuación del personal

15.8. Inteligencia emocional

- 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional

15.9. Branding Personal

- 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 15.9.2. Leyes del branding personal
- 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

15.10. Liderazgo y gestión de equipos

- 15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 15.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 15.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 15.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales



“

Da el paso para ponerte al día en las últimas novedades en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)”

07

Metodología de estudio

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

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



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

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



Lecturas complementarias

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





Case Studies

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



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

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



08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) es un programa dirigido a profesionales especializados en la gestión contable, que quieran actualizar sus conocimientos y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.





“

Si tiene experiencia en el sector de la contabilidad y busca una interesante mejora en su trayectoria mientras siga trabajando, este es su programa”

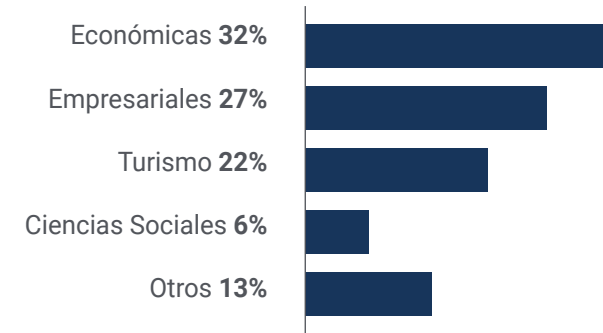
Edad media

Entre **35** y **45** años

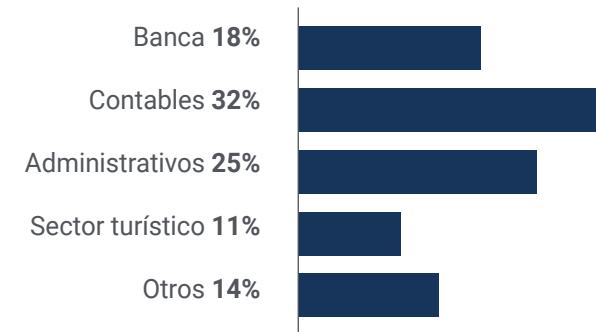
Años de experiencia



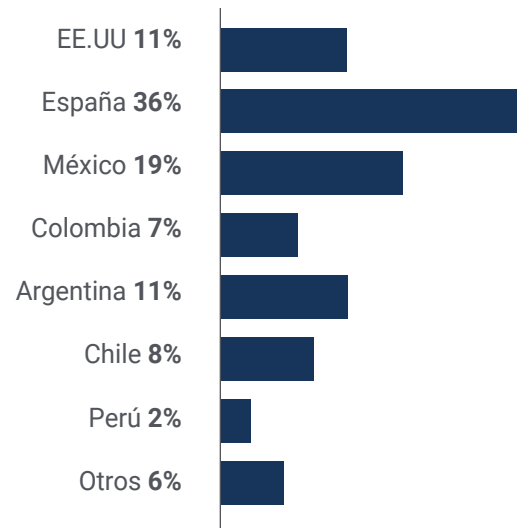
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Javier Suárez

Director de contabilidad en una multinacional

“Compaginar la realización de un programa de este tipo con el resto de tus obligaciones diarias es una tarea compleja. Por ello, mucha gente no se atreve a dar el paso de continuar con su capacitación. Sin embargo, en TECH te ofrecen todo lo que necesitas para que tu estudio sea sencillo y efectivo: un formato 100% online y una metodología educativa novedosa. En definitiva, estoy orgulloso de haber dado el paso para realizar esta especialización”

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en alta dirección contable, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el MBA de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno. Así, este claustro transmitirá al alumno los contenidos más novedosos y potentes, los cuales le ayudarán a convertirse en un directivo de éxito en el área contable.



“

Nuestro equipo docente, que cuenta con una amplia experiencia, le mostrará la información más novedosa a nivel contable”

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



Dra. Pérez Estébanez, Raquel

- ♦ Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Profesor Contratado Doctoren la Universidad Complutense de Madrid. Desde 2016
- ♦ Autora de diversas publicaciones

Profesores

Dña. Bolinaga, Sara

- ♦ Abogada colegiada en el Ilustre Colegio de Abogados de Madrid
- ♦ Doble licenciatura en Derecho y Administración de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). 2009-2015
- ♦ Máster en Dirección Económica Financiera por la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA). 2018-2019
- ♦ Opositora a Técnico de Auditoría y Contabilidad. En la actualidad

D. Martínez Laguna, Luis

- ♦ Profesor-colaborador de Ciencias económicas y empresariales en CEU-San Pablo
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Estudios de Doctorado: Contabilidad y Auditoría
- ♦ Especializado en Investigación Comercial

Dr. Martínez de Silva, Alberto

- ♦ Director control de gestión. Telefónica España
- ♦ Gerente de negocio mayorista. Telefónica Internacional
- ♦ Doctor en ciencias económicas y Empresariales. Universidad Complutense
- ♦ Licenciado en ciencias económicas y Empresariales. Universidad Complutense
- ♦ Postgrado en Desarrollo Directivo. Universidad de Navarra
- ♦ Profesor del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Universidad Complutense
- ♦ Profesor del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Universidad San Pablo

Dr. López Domínguez, Ignacio

- ♦ Doctor y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Profesor Contratado Doctor de la Universidad Complutense de Madrid (Departamento de Administración Financiera y Contabilidad)
- ♦ Coordinador Académico de la Asignatura Fundamentos de Administración Financiera de la Empresa
- ♦ Miembro del consejo asesor de diferentes revistas académicas y científicas
- ♦ Colaborador habitual en diferentes medios de comunicación y conferenciante asiduo sobre temas financieros
- ♦ Autor de numerosas publicaciones de su especialidad

D. Campuzano Vallés, Manuel

- ♦ Colaborador externo en el área de consultoría y formación de I.E.C.E, así como de otras empresas de formación. Desde 2001
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid. 1982
- ♦ Censor Jurados de Cuentas y miembro del ROAC, tras haber aprobado el examen de habilitación. 1988
- ♦ Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP). Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Complutense de Madrid. 2003
- ♦ Asesor de empresas en el área financiera. Desde 2001
- ♦ Docente del área financiera en el MBA, Máster en Dirección y Gestión Financiera, Postgrado en Dirección de Empresas y Máster en Dirección Contable y Control de Gestión. EAE (Escuela de Administración de Empresas). Desde 2011
- ♦ Profesor Asociado de Contabilidad Analítica y Contabilidad Financiera en la Universidad Complutense de Madrid. Desde 2001

Dña. Vico Román, Noelia

- Profesora asociada Universidad San Pablo CEU. Departamento de Economía de Empresa. Desde 2020
- Licenciatura en Administración de Empresas, especialidad en Contabilidad y Auditoría. Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). 2003
- Diplomatura en Ciencias Empresariales especialidad Contabilidad y Análisis Financiero. (URJC–Madrid). 2001
- Máster en Formación al Profesorado de Secundaria (Economía y Administración de Empresas). Universidad Complutense de Madrid. 2017
- La Inteligencia Emocional en las distintas etapas educativas (Magister –ANFAP –CSIF- 130 horas). 2017
- Técnico Especialista en Administración (IFP Isaac Peral–Torrejón de Ardoz). 1998

D. López Gómez, Miguel Ángel

- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante
- Cursos de Doctorado en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid
- Cursos de Doctorado en Gestión Empresarial por la Universidad Autónoma de Madrid
- Ha sido consultor financiero del Banco Santander, de Intermoney, de Citigroup, Techrules y SIAG
- Ha impartido cursos de formación para el Banco de Sabadell, Caja de Ahorros del Mediterráneo, Banco Cooperativo, Banco Pastor, etc
- Desde 2009 hasta 2013 ha sido subdirector del Colegio Mayor-Residencia Antonio Machado, de la Universidad Carlos III de Madrid





“

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

10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa con estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo es conseguir crecer profesionalmente.

Y por ello, TECH pone todos sus esfuerzos y herramientas a su disposición para que el profesional adquiera las habilidades y destrezas necesarias que le permitan lograr ese cambio.





“

Nuestro principal objetivo es ayudarle a conseguir el cambio profesional que estás buscando”

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

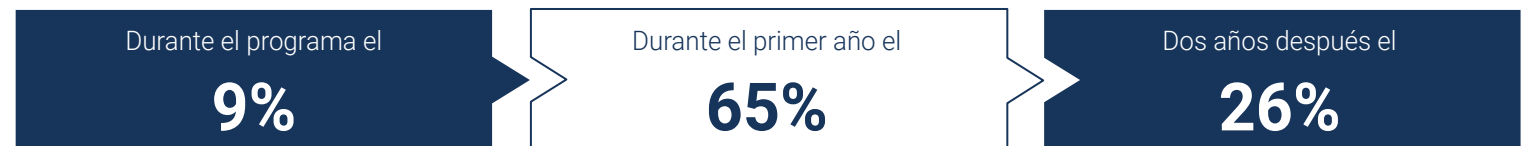
El MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) de TECH es un programa intensivo que prepara al profesional para afrontar los retos y decisiones empresariales a nivel contable, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudar a conseguir el éxito.

Si quiere superarse a si mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

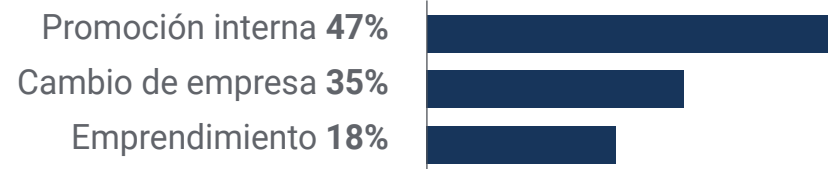
Ponte al día en la gestión contable y logra la mejora profesional que desea.

La especialización superior que ofrece TECH es una opción indispensable para mejorar su capacitación.

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

El MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentando su capacitación y mejorando sus habilidades directivas. Pero, además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

Especializarse en TECH y ofrezca a tu empresa una visión más actualizada de la gestión contable”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

Aportarás 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 directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Serás 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

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

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El Máster Título Propio en MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.



“

Supera con éxito este programa y reciba su titulación universitaria sin realizar complicados trámites”

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster en MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)** 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.

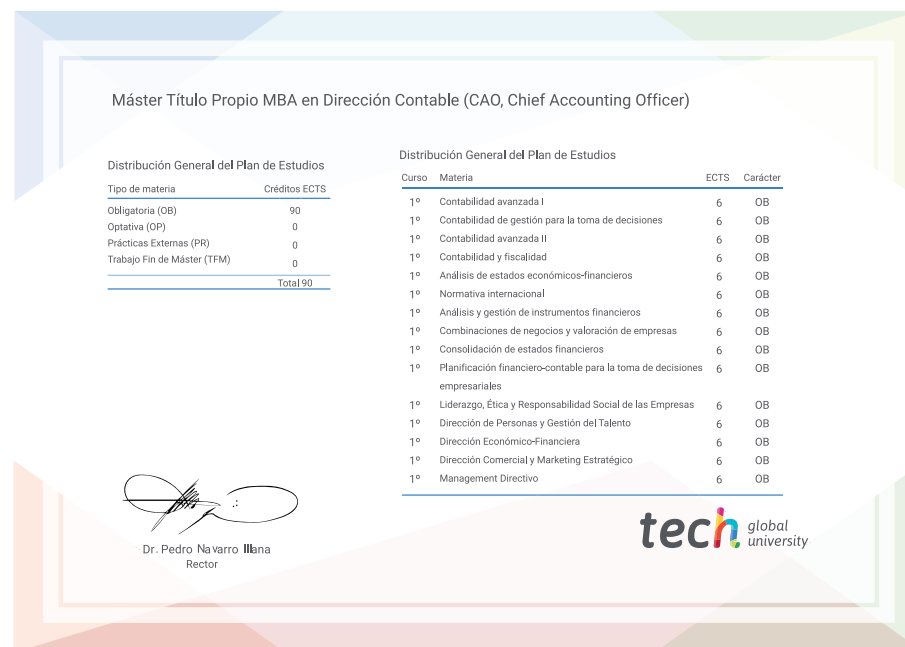
Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Máster Título Propio en MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 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.



Máster Título Propio

MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Máster Título Propio

MBA en Dirección Contable
(CAO, Chief Accounting Officer)