



EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL
ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA



UNIVERSIDAD
EUDE



Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos (oficial)

online

Título oficial de Universidad EUDE México.
Reconocimiento de validez oficial de estudios.
Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos (RVOE No. 20220595)

Más de 25 años formando a los mejores líderes del mañana

Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos

Una amplia propuesta académica, impartida tanto en modalidad presencial como online, contextualizada en un entorno de aprendizaje eminentemente práctico, multidisciplinar y fuerte orientación hacia el negocio, favoreciendo la certificación del alumno en las principales soluciones operativas, tecnológicas y directivas e impulsando su empleabilidad en el sector empresarial.

Índice

06

Compromiso EUDE

Nuestros pilares: Futuro, confianza, experiencia, empleabilidad, liderazgo y credibilidad

10

Ventajas

Accede a los mejores seminarios, las certificaciones tecnológicas más punteras y a jornadas de networking con los mejores profesionales

12

Profesorado

de la Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos

09

Datos Clave

de la Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos

11

Programa

de la Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos

22

Programas expertos e Idiomas

Formación incluida con tu Maestría

EUDE

¿Quiénes somos?

EUDE Business School, una institución de formación de posgrado internacional, reconocida por los principales rankings y medios internacionales; con 25 años de trayectoria académica formando a más de 100 mil alumnos, profesionales con experiencia laboral, emprendedores, y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

Las áreas académicas; MBA, Marketing, Marketing Digital, Comercio Internacional, Logística, Recursos Humanos, Coaching, Finanzas, Medio Ambiente y sus distintas modalidades de enseñanza; máster presencial en Madrid, máster online, o la combinación de ambas, nos permite ofrecer alternativas adaptadas a las necesidades de los alumnos y sobre todo del mercado.

Los Pilares de EUDE

Amplia oferta académica especializada en el ámbito empresarial y tecnológico con orientación al negocio y énfasis en el emprendimiento.

Conexión profesional, a través de una bolsa de empleo propia, talleres en grandes empresas y seminarios con profesionales.

¿Qué es **Compromiso EUDE?**

01

EXPERIENCIA

Una evolución académica superior a 25 años ha contribuido a formar más de 100 mil alumnos de todo el mundo. Profesionales con experiencia laboral, emprendedores, disruptores, innovadores y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

03

LIDERAZGO

Reconocida, por 5º año consecutivo, por el Ranking FSO como una de las 10 mejores Business School. Más de 5.000 alumnos al año procedentes de más de 30 países nos confían su carrera profesional

02

CONFIANZA

EUDE Business School está reconocida como una de las más destacadas escuelas a nivel internacional por medios tan prestigiosos como Financial Times y los principales rankings internacionales. Estos avalan y posicionan a EUDE en los primeros puestos en formación de posgrado.

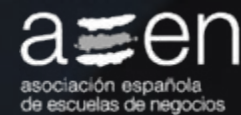
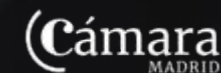
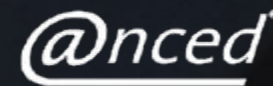
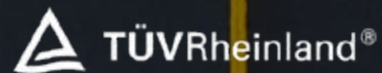
04

EMPLEABILIDAD

Nuestro equipo de Orientación Profesional te ayudará a impulsar tu carrera profesional. Contamos con más de 1.200 convenios con empresas nacionales e internacionales en las que podrás desarrollarte día a día.

Calidad Académica Certificada

Las principales certificadoras independientes
a nivel nacional e internacional
acreditan la **calidad académica e institucional**
de EUDE Business School.



Rankings

Forbes

EUDE ha sido elegida por el **medio de referencia global en negocios y finanzas**. Una **alianza de futuro** para los próximos líderes mundiales.



El **MBA online de EUDE** considerado **entre los mejores del mundo** según el prestigioso diario económico **Financial Times**.



El **MBA de EUDE** está reconocido como uno **de los mejores** de habla hispana en el **Ranking (FSO)** a nivel europeo.



EUDE considerada como **una de las mejores escuelas de negocio** de habla hispana por la consultora independiente **Hamilton**.

Datos clave

Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos

Comienzo del Máster
Consultar con tu asesor académico.

1.598 h.
98 créditos SEP (México)
12 meses.

Acceso al PDDI
(Programa de Desarrollo Directivo
Internacional)

Contenido online
Campus Virtual.

Especialidades
Elige complementar tu Máster
con más de 25 especialidades.

7 idiomas
(Inglés, Francés, Italiano, Alemán,
Chino, Español y Neerlandés).

Asistencia al
Acto de Graduación
en Madrid (España)
No incluido.Opcional



Título oficial de Universidad EUDE México + título europeo propio EUDE Business School.
Reconocimiento de validez oficial de estudios. Reconocimiento de validez oficial de estudios.
Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos (RVOE No. 20220595)



Ventajas

Con la **Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos**, asumirás la responsabilidad en la concepción e implementación de las decisiones estratégicas. Trabajarás de una manera práctica los criterios y herramientas necesarias para analizar, diagnosticar, definir, implantar y controlar la estrategia más adecuada para la empresa, analizando las diferentes alternativas estratégicas y ventajas competitivas conforme a las circunstancias del mercado en su conjunto.

El directivo de hoy debe enfrentarse a múltiples situaciones inesperadas en las que además de los conocimientos, es necesaria la adquisición de una serie de habilidades y competencias que le permitan interactuar adecuadamente con las personas.

Programa

Online



EUDE



**UNIVERSIDAD
EUDE**

1
**Procesos de
Dirección
y Gestión
de la Empresa**

2
**Dirección
Estratégica**

3
**Marco Legal
Laboral**

4
**Dirección
de Recursos
Humanos**

5
**Dirección
de Proyectos**

6
**Marco Legal
Mercantil**

7
**comunicación y
recursos humanos
del proyecto**

8
**Gestión del
alcance del
Proyecto y
Administración
del tiempo**

9
**Gestión del
Coste y de la
Calidad**

10
**Planeación
de Negocios**

11
**Gestión
del riesgo
y de la
Integración**

12
**Financiación
de los
proyectos**

13
**Dirección
de Marketing**

14
**Administración Y
desarrollo
de Negocios**

15
**Finanzas
Operativas**

16
**Finanzas
Estructurales**

17
**Emprendimiento
e Innovación**

18
**Evaluación de
Negocios**

1 Procesos de Dirección y Gestión de la Empresa

Objetivo:

Analizar los procesos de dirección empresarial, distinguiendo los factores de motivación y liderazgo que facilitan aplicar modelos y estructuras de organización orientados por la generación de cambios en contextos de alta competitividad para el logro exitoso de las metas de la organización.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Procesos de Dirección y Gestión de la Empresa

- 1.1. La Empresa de Negocios
 - 1.1. Definición y Características
 - 1.1.1. Empresa.
 - 1.2. Tipos de Empresas
 - 1.3. Finalidades de la Empresa

2. La Dirección de Empresas

- 2.1. Estilos de Dirección
- 2.2. Dirección Unipersonal
- 2.3. Dirección Participada
- 2.4. Dirección Colegiada
- 2.5. Dirección de Estructura De La Tarea
- 2.6. Dirección de Relación

3. Liderar la Empresa

- 3.1. Motivación y Empresa
- 3.2. Introducción
- 3.3. Evolución de los Sistemas de Motivación
- 3.4. Tipos de Motivación
- 3.5. Requisitos de un Sistema de Motivación
- 3.6. Sistema Disciplinario

4. El Cambio en las Empresas y su Gestión

- 4.1. Proceso De Cambio
- 4.2. Las Etapas del Proceso de Cambio
- 4.3. El Proceso de Cambio
- 4.3. El Punto de Partida para el Cambio
- 4.5. Cultura y Cambio Organizacional
- 4.6. Ideas Básicas Acerca de la Gestión del Cambio
- 4.6. Proceso del Cambio Planeado
- 4.7. Reacción de la Organización Ante la Incorporación del Cambio
- 4.8. Cambio Organizacional para una Mayor Competitividad
- 4.9. Globalización Dentro de los Procesos de Cambio
- 4.10. Cómo Dirigir el Cambio Organizacional
- 4.11. El Papel del Gerente Como Líder del Proceso de Cambio Organizacional
- 4.12. El Gerente y la Comunicación en el Proceso de Cambio Organizacional

5. Estructuras y Modelos Organizacionales

- 5.1. Estructuras organizacionales
- 5.2. Los organigramas en la empresa
- 5.3. Partes de la estructura organizativa
- 5.4. Estructura organizativa en la empresa
- 5.5. Tipos de estructura
- 5.6. Descripción de funciones o puestos de trabajo
- 5.7. Órganos de gobierno de la empresa
- 5.8. Gobierno corporativo de la empresa



2 Dirección Estratégica

Objetivo:

Distinguir los fundamentos de la planeación estratégica y su aplicación en la dirección de la empresa mediante el diseño de estrategias competitivas y de gestión, a partir del análisis de su entorno, de los objetivos establecidos y de las acciones que instrumentan las organizaciones para alcanzarlos.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Concepto y Evolución de la Estrategia.

- 1.1. Concepto de la estrategia.
- 1.2. El éxito de la estrategia.
- 1.3. Estrategia de empresa y de negocio.
- 1.4. Funciones de la estrategia en la empresa.
- 1.5. Medir el beneficio.
- 1.6. Visión y misión.
- 1.7. El análisis sectorial.

- 1.8. Análisis dinámico del Entorno.
- 1.9. Análisis del atractivo del sector: Las Cinco Fuerzas de Porter.
- 1.10. Factores claves de éxito.
- 1.11. Análisis interno.
- 1.12. Cadena de Valor.
- 1.13. Capacidades Básicas y Dinámicas.

2. Objetivos Estratégicos de la Empresa

- 2.1. El valor de los objetivos estratégicos
- 2.2. Maximizar el valor de los accionistas.
- 2.3. Crecimiento sostenido.
- 2.4. Incrementar la rentabilidad. Reducción costes – Estructura.
- 2.5. Fidelización de clientes.
- 2.6. Satisfacción de clientes.
- 2.7. Optimización de los plazos de entrega.
- 2.8. Calidad de procesos.
- 2.9. Optimizar la cadena de aprovisionamiento.
- 2.10. Incentivación y motivación de recursos humanos.
- 2.11. Mejores prácticas y habilidades (Best Practices).
- 2.12. Activos intangibles – Capital intelectual.
- 2.13. Renovación Backoffice – Inversiones en TIC.

3 Marco Legal Laboral

Objetivo:

Analizar la aplicación de los conceptos fundamentales del Derecho del Trabajo en la normatividad que rigen en las organizaciones, sus implicaciones en las responsabilidades y obligaciones de las personas y la empresa, elaborando propuestas para su correcta vigilancia y aplicación.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Derecho Procesal del Trabajo

- 1.1. Definición de Derecho Procesal del Trabajo
- 1.2. Derechos y Obligaciones del Patrón
- 1.3. Derechos y Obligaciones del Trabajador

2. Relaciones Individuales de Trabajo

- 2.1 Concepto de relación de trabajo
- 2.2 Contrato individual del trabajo y sus efectos: Los menores de edad y la relación de trabajo, Trabajadores mexicanos fuera de la República
- 2.3 Duración de las relaciones de trabajo: Para obra o tiempo determinado, Por temporada o por tiempo indeterminado y Sujeto a prueba o a capacitación inicial
- 2.4 Suspensión de los efectos de las relaciones de trabajo: Causas y Efectos
- 2.5 Rescisión de las relaciones de trabajo: Causas sin responsabilidad para el patrón, Causas sin responsabilidad para el trabajador
- 2.6 Terminación de las relaciones de trabajo
- 2.7 Indemnización/reinstalación

3. Condiciones De Trabajo

- 3.1 Condiciones de trabajo y el principio de igualdad
- 3.2 Jornada de trabajo
- 3.3 Días de descanso
- 3.4 Vacaciones
- 3.5 Salario
- 3.6 Aguinaldo
- 3.7 Prima de Antigüedad
- 3.8 Participación en las utilidades de la empresa

4. Derechos Y Obligaciones De Los Patrones y Trabajadores

- 4.1 Obligaciones de los patrones
- 4.2 Prohibiciones a los patrones
- 4.3 Obligaciones de los trabajadores
- 4.4 Prohibiciones a los trabajadores
- 4.5 Habitaciones para los trabajadores
- 4.6 De la Productividad, Formación y Capacitación de los Trabajadores
- 4.7 Derechos de preferencia, antigüedad y ascenso

4 Dirección de Recursos Humanos

Objetivo:

Distinguir los fundamentos de la dirección estratégica del factor humano de las organizaciones, el planteamiento estratégico de sus acciones de gestión en función de las condiciones y metas de la empresa, determinando la solución a casos específicos de estudio.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Dirección y Gestión de Personas

- 1.1. Antecedentes
- 1.2. Principios
- 1.3. Funciones básicas
- 1.4. Desarrollo del capital Humano
 - 1.4.1. Descentralización
 - 1.4.2. Internacionalización
- 1.5. Políticas y objetivos
- 1.6. Normatividad corporativa y jurídica

2. Principales Tendencias en materia de Gestión y Dirección de Personas.

- 2.1. Estructura organizativa gestionadas por procesos.
- 2.2. Simplificación de la Estructura Jerárquica en las empresas.
- 2.3. Sistemas de Gestión Flexible.

3. Principales Prácticas y Procesos de Gestión y Dirección de Personas.

- 3.1. Política de Captación de Personas.
- 3.2. Políticas de Reducción de Fuerzas.
- 3.3. Políticas de Desarrollo de Personas.
- 3.4. Políticas de Motivación.

4. Marco Conceptual de la Dirección Estratégica de Recursos Humanos.

- 4.1. Elementos clave que convierten en estratégica la Dirección de RH.
- 4.2. Evolución del rol del Director de Recursos Humanos.
- 4.3. Enfoques de la Dirección Estratégica de Recursos Humanos
 - 4.3.1. Perspectiva Universalista.
 - 4.3.2. Perspectiva Contingente.

5. Modelos Explicativos: Relación entre Estrategia de Negocio y Capital Humano

- 5.1. Modelo de la Escuela de Michigan.
- 5.2. Modelo de la Escuela de Harvard.
- 5.3. Modelo de la Escuela de Warwick.
- 5.4. Modelo de la Escuela de Lengnick-Hall y Lengnick-Hall

6. Empresa y Dirección Estratégica del Capital Humano

- 6.1. Formulación de los objetivos estratégicos del capital humano.
- 6.2. Modelos de formulación estratégica de la dirección de RH
- 6.3. Selección de las acciones estratégicas para gestión de capital humano.
- 6.4. Implantación de las estrategias de capital humano
- 6.5. Principales obstáculos a la dirección estratégica de RRHH.
- 6.7. Evaluación del cumplimiento de metas de capital humano

5 Dirección de Proyectos

Objetivo:

Distinguir las particularidades y funciones de la dirección de proyectos, resaltando sus procesos de clasificación y gestión de proyectos, programas, portafolios, así como sus niveles de madurez en el cumplimiento de sus propósitos.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Proyectos, Programas y Portafolios y su Alineación Estratégica

- 1. Introducción a la Gestión del Portafolio, Programas y Proyectos
- 1.2. La Gestión del Programa
- 1.3. La Gestión del Portafolio
- 1.4. Diferencias entre Portafolios, Programas y Proyectos.
- 1.5. Relación entre Estrategia de Empresa y gestión de Proyectos
 - 1.5.1. ¿Un Proyecto o muchos Proyectos?
 - 1.5.2. ¿"Full time" o "Part-time"?
 - 1.5.3. Impredecible o bien conocido
 - 1.5.4. Demanda
 - 1.5.5. Alcance
 - 1.5.6. Medida de éxito
- 1.6. Definición consensuada de Gestión de Programa y Gestión de Portafolios
- 1.7. Otras definiciones de Gestión de Programa Valor para el negocio.
 - 1.7.1. La Organización multiproyecto
 - 1.7.2. El Megaproyecto
 - 1.7.3. Muchos Proyectos para un mismo Cliente
 - 1.7.4. Compañías orientadas a Gestión de programas
 - 1.7.5. Conclusiones
- 1.8. Tipos de Proyectos
 - 1.8.1. Proyectos Internos y Proyectos Externos
 - 1.8.2. Proyectos Materiales y Proyectos No Materiales
 - 1.8.3. "Corredores", "Repetidores" y "Extraños"
- 1.9. Beneficios

2. Oficina de Gestión de Proyectos

- 2.1. Información
- 2.2. Definición de Oficina de Gestión de Proyectos
- 2.3. ¿Por qué implementar una Oficina de gestión de proyectos?
 - 2.3.1. Nivel Programa
 - 2.3.2. Nivel Portafolio
- 2.4. El Papel de la O.G.P.
 - 2.4.1. O.G.P. Nivel 0 ("Servicios Básicos")
 - 2.4.2. O.G.P. Nivel 1 ("Servicios Adicionales")
 - 2.4.3. O.G.P. Nivel 2 ("Servicios Consultivos y de Asesoramiento")
 - 2.4.4. O.G.P. Nivel 3 ("Estrategia y Gobernanza")
- 2.5. Grado de madurez de O.G.P.
- 2.6. El éxito de una O.G.P.

6 Marco Legal Mercantil

Objetivo:

Analizar los conceptos jurídicos mercantiles y comerciales de una empresa, delimitando estrategias para la correcta aplicación de la normativa local, nacional e internacional del Derecho Mercantil en transacciones que benefician a la organización y a los colaboradores.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Generalidades

- 1.1. Antecedentes del Derecho Mercantil
- 1.2. Derecho Privado Unificado y Diferenciado
- 1.3. Concepto de Derecho Mercantil
- 1.4. Fuentes del Derecho Mercantil
- 1.5. Importancia del Derecho Mercantil en la Empresa
- 1.6. El Derecho Mercantil Internacional

2. Acto de Comercio

- 2.1. Concepto
- 2.2. Clasificación del Acto de Comercio
- 2.3. Descripción de los Actos de Comercio conforme al Código de Comercio
- 2.4. Acto Mercantil
- 2.5. Auxiliares Mercantiles

3. Sujetos del Derecho Mercantil

- 3.1. Sujeto
- 3.2. Clasificación
- 3.3. Concepto de Comerciante
- 3.4. Obligaciones de los Comerciantes
- 3.5. Limitaciones del ejercicio del Comercio
- 3.6. Cosas Mercantiles

4. Sociedades Mercantiles

- 4.1. Persona Moral
- 4.2. Asociación y Sociedad Civil
- 4.3. Sociedades Irregulares
- 4.4. Concepto de Sociedad Mercantil
- 4.5. Sociedades Extranjeras
- 4.6. Disolución y Liquidación de las Sociedades
- 4.7. Fusión, Escisión y Transformación de las Sociedades
- 4.8. Crisis de las Sociedades Mercantiles
- 4.9. Clasificación de las Sociedades Mercantiles conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles

5. Títulos y Operaciones de Crédito

- 5.1. Concepto
- 5.2. Letra de Cambio
- 5.3. Pagare
- 5.4. Cheque
- 5.5. Cetes
- 5.6. Bonos

7 Comunicación y Recursos Humanos del Proyecto

Objetivo:

Analizar los procesos de comunicación, atracción, capacitación e integración de los recursos humanos de un proyecto, generando una propuesta de toma de decisiones en función de un caso de estudio para la organización y planificación efectiva del desarrollo de un proyecto.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión de las Comunicaciones del Proyecto

- 1.1. Consideraciones previas: concepto de proyecto y de gestión de proyectos
- 1.2. Objetivos y etapas de la comunicación en proyectos
- 1.3. Dimensiones y habilidades de la comunicación
- 1.4. Aspectos importantes para la gestión
 - 1.4.1. La planificación de la gestión de las comunicaciones
 - 1.4.2. La gestión efectiva de las comunicaciones
 - 1.4.3. El control de las comunicaciones

2. Identificación de los interesados

- 2.1. Concepto de identificación de los interesados
- 2.2. Fases de la identificación
- 2.3. ¿Por qué implementar una Oficina de gestión de proyectos?
 - 2.3.1. Salidas

3. Planificación de las comunicaciones

- 3.1. Importancia de la planificación de las comunicaciones
- 3.2. Fases de la planificación
 - 3.2.1. Entradas
 - 3.2.2. Herramientas y técnicas
 - 3.2.3. Salidas



4. Distribución de la información

- 4.1. Distribuir la información
- 4.2. Fases de la distribución
 - 4.2.1. Entradas
 - 4.2.2. Herramientas y técnicas
 - 4.2.3. Salidas

5. La gestión de expectativas

- 5.1. Fases de la gestión
 - 5.1.1. Entradas
 - 5.1.2. Herramienta y técnicas
 - 5.1.3. Salidas

6. Información del desempeño

- 6.1. Fases de la información del desempeño
 - 6.1.1. Entradas
 - 6.1.2. Herramientas y técnicas
 - 6.1.3. Salidas

7. Recursos Humanos del proyecto

- 7.1. Principios básicos de la gestión de recursos humanos del proyecto
- 7.2. La Gestión de Recursos Humanos del Proyecto
- 7.3. Planificación de la gestión de los Recursos Humanos
 - 7.3.1. Entradas Plan para la dirección del proyecto Recursos necesarios
 - 7.3.2. Factores ambientales de la empresa
 - 7.3.3. Activos de los procesos de la organización
 - 7.3.4. Herramientas Organigrama y descriptivos de puesto
 - 7.3.5. Creación de relaciones de trabajo y teoría de la organización
 - 7.3.6. Juicio de expertos Reuniones
 - 7.3.7. Salidas.
- 7.4. Plan de gestión de los recursos humanos del proyecto

8. Selección del equipo del proyecto

- 8.1. Estimar los recursos de las actividades
- 8.2. Adquirir el equipo del proyecto.
- 8.3. Técnicas y herramientas
- 8.4. Productos

9. Desarrollo del equipo

- 9.1. Entradas
- 9.2. Herramientas
 - 9.2.1. Habilidades interpersonales
- 9.3. Capacitación.
 - 9.3.1. Actividades de desarrollo del espíritu de equipo
 - 9.3.2. Reglas Básicas
 - 9.3.4. Coubicación
 - 9.3.5. Reconocimiento y recompensa
- 9.4. Salidas Evaluación del desempeño del equipo

10. Dirección del equipo

- 10.1. Herramientas
- 10.2. Observación y comunicación; planteamiento de objetivos
- 10.3. Gestión de Conflicto
- 10.4. Salidas.
- 10.5. Solicitud de cambio

8 Gestión del alcance del Proyecto y Administración del tiempo

Objetivo:

Formular una propuesta de gestión del alcance y administración del tiempo de un proyecto con fundamentos en los elementos técnicos y económicos de una propuesta de proyecto hipotético determinado por los intereses de crecimiento de la empresa.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión del Alcance de un Proyecto

- 1.1. Importancia de la gestión del alcance
- 1.2. Procesos de alcance del proyecto
- 1.3. El alcance del proyecto y del producto

2. Planificar la gestión del alcance

- 2.1. Plan de gestión del alcance
- 2.2. Plan de gestión de los requisitos

3. Recopilar los requisitos

- 3.1. La importancia de recopilar los requisitos
- 3.2. Entradas, herramientas y técnicas, salidas
- 3.3. Documentación de los requisitos
- 3.4. La matriz de trazabilidad de los requisitos

4. Definición del alcance

- 4.1. ¿Por qué es importante para definir el alcance?
- 4.2. Entradas, herramientas y técnicas, salidas
- 4.3. El enunciado del alcance del proyecto

5. Crear la estructura desglosada de las tareas - EDT

- 5.1. La historia de las EDTs
- 5.2. La definición e importancia de una EDT
- 5.3. Entradas, herramientas y técnicas, salidas
- 5.4. Diferentes estrategias para la creación de una EDT
- 5.5. Ejemplos de EDTs
- 5.6. Herramientas para crear una EDT gráfica

6. Validar y controlar el alcance

- 6.1. Validar el alcance
- 6.2. Control del alcance
- 6.3. El scope creep

7. Gestión del Tiempo

- 7.1. Conceptos previos: programación y control
- 7.2. Fases de gestión del tiempo
- 7.3. Procesos de gestión del tiempo
 - 7.3.1. Nuevo proceso PMBOK v5. "Plan Schedule Management"
 - 7.3.2. Definir actividades (Proceso 6.2. PMBOK)
 - 7.3.3. Secuenciar actividades (Proceso 6.3 PMBOK)
 - 7.3.4. Estimar recursos (Proceso 6.4 PMBOK)
 - 7.3.5. Estimar duración (Proceso 6.5 PMBOK)
 - 7.3.6. Desarrollar el cronograma (Proceso 6.6 PMBOK)
 - 7.3.7. Controlar el cronograma (Proceso 6.7 PMBOK)

9 Gestión del Coste y de la Calidad

Objetivo:

Elaborar una propuesta de gestión del coste y de la calidad de un proyecto con fundamentos en los elementos técnicos y económicos de una propuesta de proyecto hipotético determinado por los intereses de crecimiento de la empresa.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Planificación de la Gestión de Costes

- 1.1. Entradas del Proceso
- 1.2. Herramientas del Proceso
- 1.3. Salidas del Proceso

2. Estimación de Costes

- 2.1. Entradas del Proceso
- 2.2. Herramientas del Proceso
- 2.3. Salidas del Proceso

3. Determinación del Presupuesto

- 3.1. Entradas del Proceso
- 3.2. Herramientas del Proceso
- 3.3. Salidas del Proceso

4. Controlar los Costes

- 4.1. Entradas del Proceso
- 4.2. Herramientas del Proceso
- 4.3. Salidas del Proceso

5. Gestión de la Calidad

- 5.1. Introducción a la calidad 5.2. UNE-EN ISO 21500:2013
 - 5.2.1. Términos y Definiciones
 - 5.2.2. Conceptos de la Dirección y la gestión de proyectos
 - 5.2.3. Procesos y Sistemas de Gestión de Procesos

- 5.2.4. Estrategia de la Organización y proyectos
- 5.2.5. El Entorno del Proyecto
- 5.2.6. Gobernanza del Proyecto
- 5.2.7. Las partes interesadas y la organización del proyecto
- 5.2.8. Competencia del personal implicado en el proyecto
- 5.2.9. Ciclo de vida del proyecto
- 5.2.10. Procesos de Dirección y gestión de proyectos
- 5.2.11. Planificación de la Calidad
- 5.2.12. Realizar el aseguramiento de la calidad
- 5.2.13. Realizar el control de la calidad
- 5.2.14. Representación de la Interacción de Grupos 5

6. Guía del PMBOK

- 6.1. Planificar la Calidad
- 6.2. Realizar el Aseguramiento de la Calidad
- 6.3. Efectuar el Control de la Calidad

10 Planeación de Negocios

Objetivo:

Valorar los factores de oportunidad y riesgo en la planeación e implantación de proyectos de negocios, generando una propuesta de empresa conforme al diagnóstico de las potencialidades de los sectores dentro de un contexto determinado.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Plan de Negocio

- 1.1. Descripción de los promotores
- 1.2. Breve descripción del proyecto y de la empresa
- 1.3. Descripción de la idea de negocio

2. Plan Jurídico-Legal

- 2.1. Forma jurídica adecuada
- 2.2. Obligaciones fiscales
- 2.3. Trámites en la constitución y puesta en marcha

3. Plan de Marketing

- 3.1. Análisis del sector y competidores
- 3.2. Análisis de los consumidores
- 3.3. Análisis de proveedores y distribuidores
- 3.4. Análisis DAFO
- 3.5. Estrategia de segmentación, definición del público objetivo y posicionamiento
- 3.6. Plan de Marketing Operativo (Marketing-mix)

4. Plan de Producción y Operaciones

- 4.1. Localización
- 4.2. Descripción del proceso productivo
- 4.3. Infraestructuras necesarias
- 4.4. Costes de operación

5. Plan Económico-Financiero

- 5.1. Cálculo de datos
- 5.2. Hipótesis del plan de negocio
- 5.3. Estimación de ingresos
- 5.4. Estimación de costes
- 5.5. Estimación de inversiones
- 5.6. Estimación de financiación
- 5.7. Políticas de circulante
- 5.8. Análisis económico-financiero del plan de negocios
- 5.9. Análisis de riesgos
- 5.10. Punto muerto
- 5.11. Análisis de riesgos
- 5.12. Análisis comparativo de la empresa
- 5.13. Valoración de la empresa

6. Plan Estratégico de la Compañía

- 6.1. Identificación de la visión y misión
- 6.2. Análisis de situación
- 6.3. Análisis interno

- 6.4. Análisis externo
- 6.5. Análisis DAFO
- 6.6. La matriz MCPE
- 6.7. Definir las estrategias corporativas
- 6.8. Definir las estrategias competitivas
- 6.9. Implantar la estrategia
- 6.10. Designar el/los responsable/s de la implantación estratégica
- 6.11. Elaborar un cronograma de las acciones propuestas
- 6.12. Designar los recursos para la ejecución de la estrategia.
- 6.13. Elaborar un Cuadro de Mando Integral.
- 6.14. Controlar
- 6.15. Fijar indicadores de control y medir los resultados

7. Plan de Contingencias

- 7.1. Analizar los escenarios
- 7.2. Conocer las consecuencias derivadas de ellos
- 7.3. Identificar las medidas a adoptar

11 Gestión del Riesgo y de la Integración

Objetivo:

Desarrollar una propuesta del riesgo y de la integración de un proyecto con fundamentos en los elementos técnicos y económicos de una propuesta de proyecto hipotético determinado por los intereses de crecimiento de la empresa.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión del Riesgo

- 1.1 Proyecto y Dirección de Proyectos
- 1.2 Dirección de Programas⁴
- 1.3 Proyectos y Planificación Estratégica
- 1.4 Oficina de Dirección de Proyectos

- 1.5 El rol del Director de Proyecto
- 1.6 La importancia de la Gestión de los Riesgos

2. Gestión de los Riesgos del Proyecto

- 2.1 Planificar la Gestión de los Riesgos del Proyecto
- 2.2 Planificar la Gestión de los Riesgos del Proyecto: Entradas
- 2.3 Planificar la Gestión de los Riesgos del Proyecto: Herramientas y Técnicas
- 2.4 Planificar la Gestión de los Riesgos del Proyecto: Salidas

3. Identificar los Riesgos

- 3.1 Identificar los Riesgos: Entradas
- 3.2 Identificar los Riesgos: Herramientas y Técnicas
- 3.3 Identificar los Riesgos: Salidas

4. Realizar un Análisis Cualitativo de Riesgos

- 4.1 Realizar un Análisis Cualitativo de Riesgos: Entradas
- 4.2 Realizar un Análisis Cualitativo de Riesgos: Herramientas y Técnicas
- 4.3 Realizar un Análisis Cualitativo de Riesgos: Salidas

5. Realizar un Análisis Cuantitativo de Riesgos

- 5.1 Realizar un Análisis Cuantitativo de Riesgos: Entradas
- 5.2 Realizar un Análisis Cuantitativo de Riesgos: Herramientas y Técnicas
- 5.3 Realizar un Análisis Cuantitativo de Riesgos: Salidas

6. Planificar la Respuesta a los Riesgos

- 6.1 Planificar la Respuesta a los Riesgos: Entradas
- 6.2 Planificar la Respuesta a los Riesgos: Herramientas y Técnicas
- 6.3 Planificar la Respuesta a los Riesgos: Salidas

7. Monitorizar y Controlar los Riesgos

- 7.1 Monitorizar y Controlar los Riesgos: Entradas
- 7.2 Monitorizar y Controlar los Riesgos: Herramientas y Técnicas
- 7.3 Monitorizar y Controlar los Riesgos: Salidas Herramientas Glosario

8. Gestión de la Integración

- 8.1. Desarrollo del Acta de constitución del proyecto
- 8.1 Visión general



8.2 Entradas

8.2.1 Enunciado del trabajo del proyecto

8.2.2 Caso de negocio

8.2.3 Acuerdos

8.2.4 Factores ambientales de la empresa (FAEs)

8.2.5 Activos de los procesos de la organización (APOs)

8.3 Herramientas y técnicas

8.3.1 Juicio de expertos

8.3.2 Técnicas de facilitación

8.4 Salidas

8.4.1 Acta de constitución del proyecto

9. Desarrollo del plan para la dirección del proyecto

9.1 Visión general

9.2 Entradas

9.2.1 Acta de constitución del proyecto

9.2.2 Resultados de otros procesos

9.2.3 Factores Ambientales de la Empresa (FAEs)

9.2.4 Activos de los procesos de la organización (APOs)

9.3 Herramientas y técnicas

9.3.1 Juicio de expertos

9.3.2 Técnicas de facilitación

9.4 Salidas

9.4.1 Plan para la dirección del proyecto

10. Dirección y Gestión del trabajo del proyecto

10.1 Visión general

10.2 Entradas

10.2.1 Plan para la dirección del proyecto

10.2.2 Solicitudes de cambio aprobadas

10.2.3 Factores Ambientales de la Empresa (FAEs)

10.2.4 Activos de los Procesos de la Organización (APOs)

10.3 Herramientas y técnicas

10.3.1 Juicio de expertos

10.3.2 Sistemas de Información para la Dirección de Proyectos

10.3.3 Reuniones

10.4 Salidas

10.4.1 Productos entregables

10.4.2 Datos sobre el desempeño del trabajo

- 10.4.3 Solicitudes de cambio
- 10.4.4 Actualizaciones al plan para la dirección del proyecto
- 10.4.5 Actualizaciones a los documentos del proyecto

11. Monitorización y controlar el trabajo del proyecto

- 11.1 Visión general
- 11.2 Entradas
 - 11.2.1 Plan para la dirección del proyecto
 - 11.2.2 Pronóstico del cronograma
 - 11.2.3 Pronóstico de costes
 - 11.2.4 Cambios validados
 - 11.2.5 Informes de desempeño del trabajo
 - 11.2.6 Factores Ambientales de la empresa (FAEs)
 - 11.2.7 Activos de los procesos de la organización (APOS)
- 11.3 Herramientas y técnicas
 - 11.3.1 Juicio de expertos
 - 11.3.2 Técnicas analíticas
 - 11.3.3 Sistemas de información para la dirección de proyectos
 - 11.3.4 Reuniones
- 11.4 Salidas
 - 11.4.1 Solicitudes de cambio
 - 11.4.2 Informes sobre el desempeño del trabajo
 - 11.4.3 Actualizaciones al plan para la dirección del proyecto
 - 11.4.4 Actualizaciones a los documentos del proyecto

12. Realización del control integrado de cambios

- 12.1 Visión general
- 12.2 Entradas
 - 12.2.1 Plan para la Dirección de Proyecto
 - 12.2.2 Informes de desempeño del trabajo
 - 12.2.3 Solicitudes de cambio
 - 12.2.4 Factores Ambientales de la empresa (FAEs)
 - 12.2.5 Activos de los procesos de la organización
- 12.3 Herramientas y técnicas
 - 12.3.1 Juicio de Expertos
 - 12.3.2 Reuniones
- 12.4 Salidas
 - 12.4.1 Solicitudes de cambio
 - 12.4.2 Registro de cambios

- 12.4.3 Actualizaciones al plan para la dirección del proyecto
- 12.4.4 Actualizaciones a los documentos del proyecto

13. Cierre del proyecto o fase

- 13.1 Visión general
- 13.2 Entradas
 - 13.2.1 Plan para la dirección del proyecto
 - 13.2.2 Entregables aceptados
 - 13.2.3 Activos de los procesos de la organización (APOS)
- 13.3 Herramientas y técnicas
 - 13.3.1 Juicio de expertos
 - 13.3.2 Técnicas analíticas
 - 13.3.3 Reuniones
- 13.4 Salidas
 - 13.4.1 Transferencia del producto, servicio o resultado final
 - 13.4.2 Actualización de los activos de los procesos de la organización

14. Circuito de integración

- 14.1 Aceptación de los entregables
- 14.2 Informar sobre el desempeño de los trabajos
- 14.3 Gestión de las solicitudes de cambio



12 Financiación de los Proyectos

Objetivo:

Formular una propuesta de financiación de un proyecto con fundamentos en los elementos técnicos y económicos de una propuesta de proyecto hipotético determinado por los intereses de crecimiento de la empresa.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Financiación de los Proyectos

- 1.2. La evaluación de proyectos en el marco del project management
- 1.3. Definición de inversión
- 1.4. Proyectos de inversión.
- 1.5. El valor creado por el proyecto
- 1.6. La dimensión económica del proyecto
- 1.7. Estados financieros
- 1.8. Cálculo de los flujos de caja
- 1.9. La previsión del movimiento de fondos
- 1.10. Criterios de estimación del movimiento de fondos
- 1.11. La tasa de actualización
- 1.12. Indicadores de evaluación económica
- 1.13. Análisis comparativo de los métodos de evaluación de inversiones
- 1.14. Riesgo económico en los proyectos de inversión
- 1.15. Decisión de abandono del proyecto
- 1.16. Aspectos cualitativos de la evaluación económica de proyectos

2. Presentación de la propuesta económica para el proyecto.

13 Dirección de Marketing

Objetivo:

Identificar la importancia del desarrollo de estrategias y planificación de productos o servicios mediante el análisis del contexto de la industria o la empresa en la que opera la organización para llegar al segmento de clientes deseado.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Marketing Estratégico: Orientado al Cliente

- 1.1. Concepto de "Estrategia"
- 1.2. Misión, Visión y Objetivos en la empresa.
- 1.3. Conceptualización de "Marketing": estratégico y operativo
- 1.4. El núcleo del Marketing: El poder del cliente.
- 1.5. La necesidad de tener clientes.
- 1.6. Definición de "cliente"
- 1.7. ¿Quiénes son nuestros clientes?

2. Segmentación de Mercados

- 2.1. Concepto y utilidad Naturaleza y concepto de "segmentación"
- 2.2. Ventajas y utilidad de la segmentación.
- 2.3. Requisitos para una segmentación eficaz.
- 2.4. El proceso de segmentación de mercados.
- 2.5. Criterios para segmentar el mercado.
- 2.6. La macrosegmentación.
- 2.7. La microsegmentación.

3. El Análisis del Entorno y su Influencia en la Empresa

- 3.1. El análisis del entorno de marketing.
- 3.2. Elementos del macroentorno
- 3.3. Elementos del microentorno

4. Análisis DAFO como Herramienta Clave del Marketing Estratégico

- 4.1. Conceptualización e importancia del análisis DAFO
- 4.2. La definición de objetivos y el Análisis DAFO

- 4.3. El proceso de formulación estratégica y el Análisis DAFO
- 4.4. El análisis interno y externo de la organización
- 4.5. La elaboración del DAFO
- 4.6. Ideas para realizar el DAFO

5. Posicionamiento de Mercado

- 5.1. Concepto de posicionamiento: imagen, identidad y posicionamiento.
- 5.2. Elementos y factores del posicionamiento.
- 5.3. Estrategias y acciones para influir en el posicionamiento.
- 5.4. Los estadios del posicionamiento.
- 5.5. El mapa de posicionamiento.
- 5.6. Imagen y reputación corporativa: características
- 5.7. Diferencias entre imagen corporativa (IC), reputación corporativa (RC) y Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- 5.8. Modelos de Evaluación y Gestión de la Reputación.

6. Branding

- 6.1. Funciones del branding
- 6.2. La marca
- 6.3. Funciones de la marca
- 6.4. Creación de la marca

14 Administración y Desarrollo de Negocios

Objetivo:

Determinar los factores técnicos mínimos de la administración de negocios, generando la solución a casos específicos conforme a diferentes contextos de desarrollo social y económico.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Aspectos Preliminares del Plan De Negocio

- 1.1- Objetivos del Plan de Negocios
- 1.2- Responsables
- 1.3- Estructura
- 1.4- Forma de Presentación

2. Presentación del Proyecto

- 2.1. Resumen del Proyecto

- 2.2. Evolución del Proyecto: Orígenes y Actualidad
- 2.3. Presentación de Promotores
- 2.4. Valoración del Proyecto: Puntos Fuertes y Débiles

3. Plan de Marketing

- 3.1. Definición de Producto
- 3.2. Análisis del Mercado
- 3.3. Análisis de La Competencia
- 3.4. Previsión de Ventas
- 3.5. Plan de Marketing
- 3.6. Punto Muerto o Umbral de Rentabilidad
- 3.7. Determinación del Precio de Venta

4. Plan de Producción y Compras

- 4.1. Plan de Compras
- 4.2. Proceso de Fabricación
- 4.3. Tecnología Aplicada
- 4.4. Capacidad de Producción
- 4.5. Gestión de Stock
- 4.6. Proveedores
- 4.7. Estrategias de Crecimiento

5. Organización y Recursos Humanos

- 5.1. Socios
- 5.2. Organización
- 5.3. Recursos Humanos
- 5.4. Asesores Externos

6. Área Jurídico-Fiscal

- 6.1. Forma Jurídica
- 6.2. Obligaciones Fiscales
- 6.3. Obligaciones Laborales
- 6.4. Permisos y Licencias

7. Área Económico Financiera

- 7.1. Plan de Inversiones Iniciales
- 7.2. Plan de Financiación
- 7.3. Sistema de Cobro a Clientes y Pago a Proveedores
- 7.4. Presupuesto de Tesorería
- 7.5. Previsión de La Cuenta De Resultados
- 7.6. Balance de Situación
- 7.7. Punto de Equilibrio
- 7.8.- Ratios de Rentabilidad

15 Finanzas Operativas

Objetivo:

Distinguir los fundamentos básicos de la contabilidad como elemento del control y registro de la situación financiera de las organizaciones y empresas, aplicando las herramientas del análisis y operación financiera para el diagnóstico y la evaluación de las operaciones económicas con atención a criterios de eficacia y eficiencia, contextualización, fidelidad, credibilidad, confiabilidad, y homogeneidad que sustenten la toma de decisiones en la proyección empresarial.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Introducción a la Contabilidad

- 1.1. Áreas de la Contabilidad
- 1.2. La Información Contable

2. Análisis del Patrimonio Social

- 2.1. Elementos Patrimoniales
- 2.2. Masas Patrimoniales
- 2.3. Equilibrio Patrimonial
- 2.4. Ecuación Fundamental del Patrimonio Económico
- 2.5. Ingresos
- 2.6. Gastos

3. El Método Contable

- 3.1. La Cuenta
- 3.2. Cuentas Patrimoniales o de Situación
- 3.3. Proceso Contable

4. Cuentas Anuales

- 4.1. Balance de Situación
- 4.2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 4.3. Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
- 4.4. Estado de Flujos de Efectivo
- 4.5. Memoria

5. La Normativa Contable

- 5.1. Normativa Contable Internacional
- 5.2. Normativa Contable Nacional

6. Análisis de la Información Financiera

- 6.1. Entorno Económico

7. Gestión Financiera

- 7.1. Ámbito de la Gestión Financiera
- 7.2. Prevención y Resolución de crisis en la Gestión Financiera

8. Gestión Financiera a Corto Plazo

- 8.1. El Fondo de Maniobra
- 8.2. Gestión Financiera en el Corto Plazo
 - 8.2.1. ¿Debe ser el Activo Corriente Mayor que El Pasivo Corriente?
- 8.3. Gestión del Activo Corriente
 - 8.3.1. Inventarios
 - 8.3.2. Clientes
 - 8.3.3. Efectivo
 - 8.3.4. Valores Negociables
- 8.4. Gestión del Pasivo Corriente
 - 8.4.1. Proveedores

9. Período de Maduración

- 9.1. Período Medio de Maduración Económico
- 9.2. Período Medio de Maduración Financiero

10. Gestión Financiera a Largo Plazo

- 10.1. Recursos Ajenos
 - 10.1.1. Índices Deuda
- 10.2. Recursos Propios

16 Finanzas Estructurales

Objetivo:

Analizar las diferentes técnicas y herramientas de la evaluación financiera en que se consideran los tipos de interés para la distinción y valoración de los beneficios netos esperados de un proyecto, midiendo su rentabilidad, además de proyectar los ingresos y egresos, al tiempo de dimensionar las estrategias de financiación y determinar las capacidades de pago con base en la modificación de variables críticas, generando los sustentos para la toma de decisiones en los negocios en el estudio de un caso.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. El Valor Temporal del Dinero

- 1.1. Concepto
- 1.2. Capitalización
- 1.3. Descuento
- 1.4. Factor de Capitalización y Descuento
- 1.5. Tipos de Interés Fraccionado

2. Valor Actual de los Flujos de Tesorería Múltiple

- 2.1. Rentas Pospagables
- 2.2. Rentas Prepagables
- 2.3. Rentas Perpetuas

3. Riesgo de las Decisiones Empresariales

- 3.1. Elementos de Riesgo en las Inversiones
- 3.2. Posiciones Abiertas
- 3.3. Gestión del Riesgo de Interés
- 3.4. Evolución de los Tipos de Interés 4. Estructura Temporal de Tipos de Interés (ETTI)

4. ETTI

- 4.1. Introducción al Concepto de ETTI
- 4.2. Diferencias Entre Tipos de Interés Spot y Forward

- 4.3. Tipos de Interés en EE. UU.
- 4.4. El Tanto Interno de Rendimiento o TIR

5. Teorías Explicativas de la ETTI

- 5.1. Teoría Pura de las Expectativas
- 5.2. Teoría o Modelo de Segmentación de Mercados
- 5.3. Teoría del Hábitat Preferido
- 5.4. Teoría de la Preferencia por Liquidez

6. Estimación de la ETTI

- 6.1. Los Strips de Deuda
- 6.2. Los Tantos Internos de Rentabilidad

7. La Duración

- 7.1. Introducción
- 7.2. Concepto de Duración
- 7.3. Factores que Afectan a la Duración
- 7.4. La Duración Corregida
- 7.5 Convexidad

8. Gestión de Carteras

- 8.1. La Duración en una Cartera

9. Introducción a la Evaluación y Selección de Inversiones

- 9.1. Clasificación de Inversiones
 - 9.1.1. Según la Naturaleza de la Inversión
 - 9.1.2. Según la Duración de la Inversión
 - 9.1.3. Según el Objeto de la Inversión
 - 9.1.4. Según la Relación entre Inversiones
- 9.2. Variables de una Inversión
 - 9.2.1. Horizonte Temporal
 - 9.2.2. Capital Invertido
 - 9.2.3. Flujo Neto de Explotación
 - 9.2.4. Valor Residual
- 9.3. Dimensiones Financieras

10. Evaluación Económica de Inversiones

- 10.1. Criterios de Decisión Estáticos
 - 10.1.1. Ratio Coste-Beneficio
 - 10.1.2. Tasa de Rentabilidad Simple
 - 10.1.3. Tasa de Rendimiento Contable
 - 10.1.4. Tasa de Rendimiento Contable Medio
 - 10.1.5. Plazo de Recuperación de la Inversión ("PRI")
- 10.2. Criterios Dinámicos
 - 10.2.1. Plazo de Recuperación Descontado
 - 10.2.2. Valor Actual Neto
 - 10.2.3. Tasa Interna de Rentabilidad
 - 10.2.4. Tasa Interna de Rentabilidad Modificada ("TIRM")
- 10.3. Periodos de Recuperación
 - 10.3.1. Periodo de Recuperación de Inversiones o payback
 - 10.3.2. Periodo de Recuperación Actualizado
 - 10.3.3. TIR
 - 10.3.4. TIRM

17 **Emprendimiento e Innovación**

Objetivo:

Analizar las estrategias de desarrollo de los negocios y el comercio internacional fundamentadas en los procesos de innovación tecnológica y competitividad que sustentan nuevas orientaciones de emprendimiento para lograr abrir mercados o fortalecer su posicionamiento, además de generar la resolución de casos específicos de conformidad con las características del entorno de la empresa

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Ecosistemas de Innovación

- 1.1. ¿Qué es un ecosistema de innovación?
- 1.2. Actores del ecosistema de innovación
- 1.3. Matríces de innovación

- 1.4. Innovación abierta
- 1.5. Ventajas y desventajas de hacer innovación abierta
- 1.6. Innovación y creatividad, herramientas básicas de desarrollo
- 1.7. Previsión y prospectiva tecnológica
- 1.8. Planeación estratégica y tecnológica
- 1.9. Diagnóstico tecnológico
- 1.10. Contexto estratégico de la organización e innovación
- 1.11. Impacto de la innovación en el mercado de la empresa
- 1.12. Estrategias de afrontamiento del cambio en la empresa
- 1.13. Liderazgo directivo e innovación para el desarrollo organizacional

2. Tendencias tecnológicas actuales y futuras

- 2.1. El posible efecto de sustitución de las tecnologías
- 2.2. Big data y data analytics
- 2.3. Machine Learning
- 2.4. Inteligencia artificial
- 2.5. 5G
- 2.6. Blockchain
- 2.7. IoT
- 2.8. Gestión de Contenidos Digitales Empresariales (ECM)
- 2.9. Análisis y digitalización de Procesos End-to-End
- 2.10. Las nuevas metodologías
 - 2.10.1. Agilidad y Scrum
 - 2.10.2. Design Thinking
 - 2.10.3. Lean Management
 - 2.10.4. Management 3.0
 - 2.10.5. Trabajo Colaborativo
 - 2.10.6. Modelos de negocio digitales

3. Emprendimiento y start ups

- 3.1. ¿Qué es el emprendimiento?
- 3.2. El emprendimiento en diversas regiones del mundo
- 3.3. Vehículos de financiación del emprendimiento
- 3.4. De Power-User a Digital-User
- 3.5. Competencias del Trabajador Digital
- 3.6. Qué es una intra-empendedor tecnológico

- 3.7. Drivers de los intra-emprendedores
- 3.8. Startup Corporativo

4. SCRUM

- 4.1. Principios
- 4.2. Roles
- 4.3. Artefactos Scrum
- 4.4. Reuniones o eventos del Scrum
- 4.5. Herramientas digitales de gestión de proyectos ágiles

5. La cultura de innovación

- 5.1. Cultura de innovación: Entorno Social
- 5.2. Cultura de Innovación: Entorno Empresarial
- 5.3. Barreras a la innovación
- 5.4. Gestión del Cambio
- 5.5. Alianzas estratégicas para la innovación
- 5.6. Protección de I+D: Patentes
- 5.7. Evaluación del impacto social de las innovaciones

18 Evaluación de Negocios

Objetivo:

Diagnosticar las condiciones de negocio de las empresas conforme a sus trayectorias y contextos, aplicando las técnicas básicas de evaluación y delimitación de riesgo para generar reportes técnicos conforme a casos específicos.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Resumen Ejecutivo

- 1.1. Claridad
- 1.2. Redacción
- 1.3. Descripción
- 1.4. Actualización



2. Estudio de Mercado

- 2.1. Análisis del tamaño, estructura y tendencias del mercado
- 2.2. Metodología
- 2.3. Cifras y estadísticas
- 2.4. Toma de decisiones basada en el estudio de mercado

3. Descripción Comercial y Técnica

- 3.1. Ventajas competitivas
- 3.2. Proyecciones de ventas
- 3.3. Viabilidad técnica
- 3.4. Viabilidad de costos

4. Plan de Compras

- 4.1. Definición de materias primas
- 4.2. Proveedores
- 4.3. Descuentos, periodos de pagos y plazos de entrega
- 4.4. Prácticas habituales del sector

5. Estructura Organizativa

- 5.1. Requerimientos de Factor Humano
- 5.2. Perfiles y suficiencia de personal
- 5.3. Estimación de salario

6. Marco Legal

- 6.1. Formas jurídicas
- 6.2. Registro de marca

7. Evaluación Del Riesgo

- 7.1. Metodología
- 7.2. Alternativas y soluciones



Profesorado



D. Juan Díaz del Río Jáudenes

Director Académico y Director MBA

Ha sido Subdirector del Área de Operaciones en AUNA Telecomunicaciones (actual ONO) y Director Ejecutivo del Programa Intensivo de Dirección de Empresas (PIDE) en la escuela de negocios del Instituto Internacional San Telmo. Académicamente hablando es coautor del libro "Distribución Comercial Aplicada" y ha sido profesor de Distribución Comercial, Planificación Estratégica Gestión Comercial en la Universidad de Málaga.



D. Carlos Viera Estarás

Director del Máster en Marketing Digital

Director de Marketing y Ventas en Estrenos 21. Gestión comercial, marketing y comunicación de la web decine21.com. Coordinador departamento Social Media. Experto en plataformas de email marketing. Dirección de la cuenta Springfield (CorteFiel) Product Manager de revistas Movistar Imagenio (Telefónica). Partner Oficial en España de HOOTSUITE. Gestión de clientes (opción Enterprise) e impartición de formación para conocer la plataforma a agencias y grandes cuentas.

**D. Iñaki Acosta Barrera***Docente*

Iñaki Acosta Barrera, profesor asociado de EUDE Business School en el máster de Comercio Internacional. Imparte las asignaturas de Marketing Internacional y Análisis de Riesgo. Actualmente es Managing Partner-Jum Internacional. Estudió en la Escuela Politécnica de Madrid Msc Civil Engineer- Ingeniero de caminos, canales y puertos. Escuela Politécnica de Madrid, Civil engineer- Ingeniero Técnico de Obras públicas. Instituto Estudios Bursátiles (IEB) Executive-MBAMención especial Tribunal.

**D. Javier Sanz Alergui***Docente*

Ingeniero de Caminos. MBA-Instituto Empresa; Máster en Comercio Exterior-EOI. Drommer Consulting, consultoría estratégica y de riesgos en proyectos de internacionalización /CEO + VT International, desarrollo de proyectos internacionales y operaciones de trading/Consejero + CFI, asesoría comercial y financiera en proyectos de internacionalización/ Asesor de operaciones.

**D. Isidro Sánchez***Docente*

Doctor en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos, Bachelor in Business Administration, Staffordshire University (Reino Unido) y Titulado Superior en Marketing y Relaciones Públicas por la Escuela Superior de Dirección de Empresas, Marketing y Relaciones Externas de Madrid. MBA-Master of Business Administration, por la Universidad de Barcelona y Máster Oficial en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos. Desde el año 2009 es CEO de The Sensory Lab, empresa que lleva más de 30 años dedicada al Customer Experience y Marketing Sensorial, con presencia en más de 77 países.

**D. Jesús Terreros***Docente*

Jesús Terreros Andréu, Estrategia, transformación y nuevos modelos de negocio digital. Transformación digital, desarrollo de nuevos modelos de negocio, gestión de medios de comunicación, sitios web transaccionales, liderazgo de equipos. Experiencia como Director General, Director Comercial y de Marketing en negocios de Internet (B2C, B2B, C2C), prensa, publicidad y medios de comunicación. Licenciado en Derecho, MBA ICADE. Actualmente es director de estrategia en el Grupo de Unidad Editorial.

**Da. Rocío González Lanzarote***Docente*

Licenciada en Derecho por la Universidad de Salamanca. Máster Gestión Comercial y Marketing en ESIC. Máster en Comercio Exterior en EXCAL Responsable del Departamento de Comercio Exterior en INCAHERSA. Técnico de Exportaciones de EXCAL S.A. Responsable de ventas internacionales para Iberoamérica S.I.F Madrid

**D. Ricardo Martínez Gormaz***Docente*

Abogado. Asesoramiento jurídico a PYMEs (civil, mercantil, societario, laboral y fiscal). Especializado en contratación y fiscalidad internacional. Derecho Aeronáutico. Docente en másters y cursos de postgrado en materia de Comercio Internacional en EUDE Business School, Cámaras de Comercio y otros organismos e instituciones. Derecho Aeronáutico

**D. Pelayo Serrano García***Docente*

Actualmente Representante ADUANERO AUTORIZADO y coordinador aduanas-traffic de AIR-PORT-TIR FORWARDERS. De 2008 -2013, director del departamento comercial y de tráfico, en Aduanas Daok SL, y complemento al departamento de aduanas. De 2006- 2008 director del departamento de logística de Streamwind. De 95-2006, trabajó en EAS INTERNACIONAL ESPAÑA, S.A. (actualmente Kerry Logistics) en Creación y dirección del departamento de aduanas, compaginando esta labor con la de operativo de transporte aéreo. (1995-2000) y dirigiendo el departamento de operaciones (Importación / Exportación aérea + Aduanas) durante el periodo 2001-2003.

**D. Javier Ignacio Lozano***Docente*

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la University of Wales (Reino Unido), Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la UCM, máster MBA y Cursos Superiores en Finanzas, Medios de Comunicación y Comercio Internacional. Socio, administrador y director de logística en Bounty Develops, S.L. (Madrid). Socio-fundador y Administrador de Consproy, S.L., empresa de construcción y desarrollo especializada en proyectos de manufactura, logística, mantenimiento y gestión inmobiliaria. División de asesoría logística y gestión de la cadena de Suministros en Locket Research. Ex Director de Relaciones Empresariales del Instituto Tecnológico Autesel de Andalucía. Profesor homologado en EOI (Escuela de Organización Industrial), Publicación de diversos libros formativos

**D. Jacek Waszkiewicz***Docente*

Área de Comercio Exterior

Licenciado en Dirección de Empresas y Marketing y MBA. Ha desarrollado su carrera profesional como Director de marketing DEI Andorra, Director de marketing y desarrollo en PCE Polonia. Responsable de marketing e investigación en ZMK Pozna y como Consultor de Marketing para varias empresas a nivel nacional e internacional.

**D. Alberto Palacios***Docente*

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la UCM, Master en RR HH por la UNED y Master en Dirección de Marketing por ESIC, ha desarrollado su carrera en multinacionales del sector de Telecomunicaciones e Internet. Es socio fundador de la agencia digital 4One, especializada en comercio electrónico. Ha participado en proyectos de creación de Centros Especiales de Empleo, como Arte y Cera SL, y actividades de gestión social en la Asociación para el Desarrollo de la Pedagogía Curativa y Socioterapia de Rudolf Steiner. Se considera un 'foodie'. Actualmente es Co Fundador y Co CEO de Farmidable.



Programa en Habilidades Directivas

Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos

El desarrollo de habilidades sociales, el liderazgo, las habilidades comunicativas, la inteligencia emocional y el dominio de los pilares fundamentales del entorno digital tienen una importancia vital hoy en día. EUDE incorpora al programa una serie de módulos formativos que te aportarán un gran valor a nivel profesional y, por supuesto, también a nivel personal. Comprobarás de inmediato los resultados .

- 1** Haz presentaciones eficaces (8 h.)
- 2** Hablar en público: comunicación cara a cara y por videollamada (8 h.)
- 3** Soft skills (8 h.)
- 4** Confianza (8 h.)
- 5** Toma de decisiones (8 h.)
- 6** Cómo solucionar problemas (10 h.)
- 7** Asertividad y Empatía (10 h.)
- 8** Resiliencia (8 h.)
- 9** Productividad y foco (8 h.)
- 10** Habilidades de negociación (8 h.)
- 11** Aprende a pensar (8 h.)

Idiomas

Tu Máster incluye el aprendizaje de 8 idiomas.

EUDE Business School te ofrece la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez.

Elige entre: **Inglés, Francés, Español, Italiano, Portugués, Alemán, Chino y Neerlandés.** Dispondrás de la mejor formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

Formación en idiomas

Nuestro programa de aprendizaje de idiomas ofrece soluciones que se adaptan a todas las necesidades de aprendizaje de sus estudiantes: desde alumnos con exposición limitada a idiomas, a aquellos de nivel intermedio y avanzado que desean mejorar sus resultados académicos y prepararse para el mundo profesional.

Desde EUDE creemos firmemente en la formación 360°, queremos que todos nuestros alumnos de master tengan un recurso adicional que les permita mejorar o complementar con una formación de un idioma con uno de los mejores métodos que existen en la actualidad en la formación online de Idiomas, ponemos a disposición del alumno una potente herramienta durante su formación para que aprovecha al máximo el tiempo que cursa en nuestra institución.

#Talent

EUDE Business School es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral.

Gracias a los acuerdos que EUDE mantiene con grandes empresas, se ha logrado que el 95% de sus alumnos encuentren trabajo o mejoren su situación laboral.



Cristina Rosal

Alumna de Máster en MBA

“Si tuviera que elegir, volvería a repetir esta aventura y realizar este máster. Está cumpliendo con todas mis expectativas, y sin duda, estoy viviendo una experiencia profesional y personal muy enriquecedora”



Partners Internacionales en Educación

EUDE Business School tiene un marcado carácter internacional potenciando la internacionalización para lograr un enriquecimiento de la calidad académica de sus programas. En esta línea, desde EUDE se busca colaborar con las Instituciones de Educación Superior con el objetivo de reforzar sus líneas de Internacionalización, dando respuesta a la demanda de los alumnos y a los lineamientos establecidos por las autoridades gubernamentales en materia de Educación de cada país.

EUDE Business School en unión con las Instituciones de Educación Superior promueve un Programa de Buenas Prácticas en Internacionalización. Este programa responde a una necesidad planteada por las Universidades para fortalecer su Internacionalización, pretendiendo dar respuesta a cada uno de los lineamientos establecidos en el cumplimiento de los estándares de acreditación de alta calidad.



UB Universidad de Boyacá



Partners corporativos

EUDE Business School trabaja con más de 1.200 empresas nacionales e internacionales, con el objetivo de potenciar el desarrollo de los alumnos y empujar su trayectoria profesional.

Nuestros alumnos conforman un capital humano muy heterogéneo, compuesto por perfiles junior, senior y executive, preparados para incorporarse a los distintos departamentos de empresas demandantes de este tipo de recursos. El 95% de nuestros alumnos mejora su situación laboral.

En **EUDE Business School** no solo nos preocupa tu formación académica, queremos que te conviertas en un líder dentro del mercado.



#Talks

En **EUDE Business School** se quiere acercar la innovación y las nuevas tendencias del mercado a sus alumnos. El programa se completaría con la oferta voluntaria de al menos 4 visitas a empresas tecnológicas punteras a lo largo del curso académico, acompañados por el director del programa y miembros del claustro académico. Por ello, como complemento a la formación de posgrado ofrece conferencias y eventos con líderes de empresas a nivel internacional que les permite ampliar sus conocimientos y enriquecer su networking desde el primer día.



**Miguel Rodríguez
& Alba Díaz**

Conferencia Google

Miguel Rodríguez, Account Manager Google Large Customer Sales y Alba Díaz, Performance Specialist de Google, compartieron todas las innovaciones y propuestas tecnológicas que están preparando desde la compañía.



Fernando Moroy

*Consultor financiero
e Innovación Digital*

EUDE Business School celebró su Innovation & Business Month. Un ciclo de conferencias en el que grandes profesionales del sector hablaron sobre emprendimiento, innovación y negocios. Fernando Moroy, Consultor financiero Fintech e Innovación Digital en banca, fue el encargado de impartir la segunda conferencia en la que expuso cómo interviene la financiación en el proceso de emprendimiento y qué factores son decisivos para alcanzar el éxito.



Juan Villanueva

*Socio Director
Darwin Social Noise up*

EUDE Business School celebró su Innovation & Business Month. Un ciclo de conferencias en el que grandes profesionales del sector hablaron sobre emprendimiento, innovación y negocios. Juan Villanueva Galobart, Socio Director de Darwin Social Noise Up fue el responsable de la tercera sesión en la que abordó las estrategias de marketing centradas en el modelo startup.

Campus presencial

En el centro de Madrid está ubicada la sede principal de **EUDE Business School**, punto de encuentro de líderes de diversas partes del mundo. Lugar donde, además, se llevan a cabo conferencias, eventos, seminarios y charlas concebidas exclusivamente para que nuestros alumnos puedan enriquecer su networking desde el primer día.

Más de **9,000m²** distribuidos entre aulas, zonas comunes, salas de estudio y espacios de co-working. Un complejo pensado para el uso y disfrute de los profesionales que desarrollan sus estudios superiores en nuestra escuela. El acceso al campus tiene conexiones directas de transporte público (estaciones de metro, autobuses y taxis).

Campus virtual

EUDE Business School ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología online de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus virtual, el cual ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo, la escuela permanece a la cabeza en la formación online del mundo. La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología online.

De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible. No estarás solo durante tu formación. Asiste a nuestras sesiones presenciales virtuales en directo con los docentes más expertos y comparte la experiencia con tus compañeros. Desarrolla tus habilidades comunicativas. Deja que nuestro equipo de orientadores, tutores y docentes te asesoren.

Además de poder acceder a una Biblioteca Virtual con más de 10.000 títulos de consulta desde artículos científicos, revistas, novelas, estudios. Todas las fuentes bibliográficas indispensables para cada especialidad, sin restricciones y de forma rápida.



CAMPUS MADRID

C/Arturo Soria, 245 - Edificio EUDE.
28033. Madrid, España.
(+34) 91 593 15 45

DELEGACIÓN COLOMBIA

C/98 # 9A - 41 Oficina 204. Bogotá DC,
+57 1 5085740
+57 1 5085741

DELEGACIÓN ECUADOR

C/Catalina Aldaz y Portugal , Edificio La Recoleta,
Oficina 71. 7mo piso Quito
593 2 4755550

www.eude.es