



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

online

**Título oficial de Universidad EUDE México.
Incorporado a la Secretaría de Educación Pública conforme a su Reconocimiento de Validez Oficial
de Estudios (RVOE No. 20252208)**



Datos clave

Maestría en Dirección de Empresas y Gestión de Proyectos

Comienzo del Máster
Consultar con tu asesor académico.

1.600 h.
98 créditos SEP (México)
18 meses.

Acceso al PDDI
(Programa de Desarrollo Directivo
Internacional)

Contenido online
Campus Virtual.

Especialidades
Elige complementar tu Máster
con más de 25 especialidades.

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

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



Título oficial de Universidad EUDE México + título europeo propio EUDE Business School. Incorporado a la Secretaría de Educación Pública conforme a su Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE No. 20252208)

Programa

Online

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. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS NEGOCIOS
11. GESTIÓN DEL RIESGO Y DE LA INTEGRACIÓN
12. FINANCIACIÓN DE LOS PROYECTOS
13. DIRECCIÓN DE MARKETING
14. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS PARA LA PLANEACIÓN DE NEGOCIOS
15. FINANZAS OPERATIVAS
16. FINANZAS ESTRUCTURALES
17. EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN
18. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS
19. ENTORNO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
20. DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS
21. BIG DATA Y CULTURA DATA DRIVEN
22. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE 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. El Proceso Estratégico

- 3.1. El proceso estratégico.
- 3.2. Diferencias entre estrategia y táctica.
- 3.3. Dimensiones de la estrategia.
- 3.4. Criterios para una estrategia eficaz.
- 3.5. La estrategia como plan.
- 3.6. La estrategia como patrón.
- 3.7. Tipos de estrategias.
- 3.8. Estrategias en torno a – qué.
- 3.9. La estrategia como posición.
- 3.10. La estrategia como perspectiva.

4. Formulación de la Estrategia

- 4.1. El concepto de estrategia corporativa.
- 4.2. Relacionar las oportunidades con los recursos.
- 4.3. Identificación de la competencia corporativa y de los recursos.
- 4.4. Identificación de los puntos fuertes y las fuentes de las capacidades.
- 4.5. Evaluación de estrategias de negocios.
- 4.6. Principios de la evaluación de las estrategias

5. Análisis Estratégico en la Dinámica de la Gestión Empresarial

5.1. Las fuerzas competitivas como elementos de configuración de una estrategia.

5.2. Fuerzas en contienda.

5.3. Proveedores y compradores poderosos.

5.4. Estrategias genéricas.

6. Formación e Implementación de la Estrategia.

6.1. Integración vertical.

6.2. Organización emprendedora.

6.3. La estrategia competitiva en industrias que surgen.

6.4. La estrategia competitiva en industrias diversificadas.

6.5. Un nuevo análisis del concepto de nicho.

6.6. La naturaleza de los desafíos exitosos.

6.7. Circunscripción a los precios existentes de productos.

6.8. Barreras en la fabricación.

6.9. Organización estructural y cultura.

6.10. Factores que influyen en el desgaste de las ventajas de los competidores.

6.11. La organización máquina.

6.12. La dinámica de costes: los aspectos de la economía de escala y el efecto experiencia.

6.13. La organización diversificada.

6.14. El portafolio de productos (matriz de crecimiento del b.c.g.).

6.15. La organización profesional.

7. Desarrollo de la Estrategia

7.1. Cambio estratégico: el incrementalismo lógico

7.2. Subsistemas.

7.3. Destreza en la estrategia.

7.4. La estrategia y la organización del cuadro de mando.

8. El cuadro de Mando Integral (C.M.I.).

8.1. Introducción

8.2. Conceptos principales: perspectivas.

8.3. Características del cuadro de mando.

8.4. Tipos de cuadro de mando.

8.5. Puesta en práctica del cuadro de mando.

8.6. Elaboración y contenido del cuadro de mando.

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

4.8 Invenciones de los trabajadores

4.9 Trabajo de mujeres y de los menores

4.10 Trabajos especiales

5. Relaciones Colectivas De Trabajo

5.1 Coaliciones

5.2 Sindicatos, Federaciones y Confederaciones

5.3 Contrato colectivo de trabajo

5.4 Contrato ley

5.5 Reglamento interior de trabajo

5.6 Modificación, suspensión y terminación colectiva de trabajo

5.7 Huelga

6. Riesgos de Trabajo

6.1 Riesgo de trabajo definición

6.2 Accidentes de trabajo definición

6.3 Enfermedades de trabajo

6.4 Resultados de los riesgos de trabajo

6.5 Incapacidades: temporal, permanente parcial, permanente total y muerte

6.6 Derechos que resultan de los riesgos de trabajo

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

- 1.1. Introducción a la Gestión del Portfolio, 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 beneficien 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 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS NEGOCIOS

Objetivo:

Generar un proyecto de investigación producto de la aplicación de métodos y técnicas de investigación en el campo de la administración de empresas y organizaciones, partiendo de conceptualizaciones y análisis de su entorno de negocios para establecer las aproximaciones disciplinares y metodológicas que faciliten la aplicación del conocimiento en la búsqueda y consolidación de soluciones a una problemática determinada.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Los proyectos de investigación en el entorno administrativo

- 1.1 Aspectos metodológicos
- 1.2 Líneas de investigación en el campo de la administración
- 1.3 Estudios de corte cuantitativo en investigación en el campo de la administración
- 1.4 Estudios de corte cualitativo en investigación en el campo de la administración
- 1.5 Centros de investigación en el campo de la administración y sus orientaciones

2. Diseños de investigación experimental

- 2.1 Definición y características
- 2.2 Planteamiento del problema
- 2.3 Formulación de la hipótesis estocástica
- 2.4 Identificación de variables y definición de conceptos
- 2.5 Aparatos e instrumentos en investigación en el campo de la administración
- 2.6 Control de variables en los experimentos: validez interna y externa

- 2.7 Selección del diseño
- 2.8 Selección de los sujetos
- 2.9 Selección de los grupos: control y experimental
- 2.10 Procedimiento del diseño
- 2.11 Recolección de datos
- 2.12 Tratamiento estadístico de los datos
- 2.13 Conclusiones estadísticas
- 2.14 Derivación de los resultados a la hipótesis
- 2.15 Conclusiones
- 2.16 Reporte final

3. Diseños de investigación en el campo de la administración de corte cuasiexperimental

- 3.1 Definición y características
- 3.2 Estudio del problema: de causa a efecto o de efecto a causa
- 3.3 Análisis de posibles causas como condiciones suficientes
- 3.4 Formulación de la hipótesis de tipo estocástica
- 3.5 Identificación de variables y definición de conceptos
- 3.6 Indicadores (valores de las variables)
- 3.7 Selección de la muestra
- 3.8 Selección y construcción de los instrumentos o técnicas de recolección de datos, validación y confiabilidad
- 3.9 Control de las variables
- 3.10 Procedimientos del diseño
- 3.11 Recolección de datos
- 3.12 Tratamiento estadístico de los datos
- 3.13 Conclusiones estadísticas
- 3.14 Derivación de los resultados a las hipótesis
- 3.15 Conclusiones
- 3.16 Reporte final

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 del 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.

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 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS PARA LA 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 y la aplicación de las bases de la investigación y métodos propios del campo de las ciencias económico-administrativas.

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

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

6. Gestión Financiera

- 6.1. Ámbito de la Gestión Financiera
- 6.2. Prevención y Resolución de crisis en la Gestión Financiera

7. Gestión Financiera a Corto Plazo

- 7.1. El Fondo de Maniobra
- 7.2. Gestión Financiera en el Corto Plazo
- 7.2.1. ¿Debe ser el Activo Corriente Mayor que El Pasivo Corriente?
- 7.3. Gestión del Activo Corriente
- 7.3.1. Inventarios
- 7.3.2. Clientes
- 7.3.3. Efectivo
- 7.3.4. Valores Negociables
- 7.4. Gestión del Pasivo Corriente
- 7.4.1. Proveedores

8. Período de Maduración

- 8.1. Período Medio de Maduración Económico
- 8.2. Período Medio de Maduración Financiero

9. Gestión Financiera a Largo Plazo

- 9.1. Recursos Ajenos
- 9.1.1. Índices Deuda
- 9.2. Recursos Propios

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

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. Matrices 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-emprendedor 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 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS

Objetivo:

Determinar los factores técnicos mínimos de la administración de negocios para generar la solución a casos específicos conforme a diferentes contextos de desarrollo social y económico, fundamentando sus propuestas conforme a la aplicación de métodos y técnicas del campo de las ciencias económico-administrativas.

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



19 ENTORNO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Objetivo:

Analizar los procesos de evolución y transformación de los modelos de negocio en marcos socioeconómicos, políticos y culturales determinados por los procesos de globalización, generando propuestas de planteamiento de oportunidades de negocio técnicamente fundamentadas.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Geopolítica y negocios internacionales

- 1.1. El sistema internacional de comercio
- 1.2. Estructura geoeconómica internacional
- 1.3. Potencias mundiales, regionales y emergentes.
- 1.4. Cooperación y conflicto internacional en materia comercial
- 1.5. Revoluciones tecnoeconómicas y sus efectos en el comercio internacional.
- 1.6. Integración y regionalización de la economía internacional

2. Modelos de negocio

- 2.1. Conceptos de negocio, empresa y modelo de negocio
- 2.2. Tipos de modelo de negocio
- 2.3. Desagregación
- 2.4. Larga cola
- 2.5. Plataformas multilaterales
- 2.6. Gratis
- 2.7. Abiertos de innovación
- 2.8. Basados en suscripción
- 2.9. Aplicaciones móviles

3. Modelo canvas

- 3.1. Segmentos de clientes
 - 3.1.1. Mercado de masas

- 3.1.2. Nicho de mercado
- 3.1.3. Mercado segmentado
- 3.1.4. Mercado diversificado
- 3.1.5. Plataformas multilaterales
- 3.2. Propuesta de valor
 - 3.2.1. Novedad
 - 3.2.2. Mejora de rendimiento
 - 3.2.3. Personalización
 - 3.2.4. Trabajo hecho
 - 3.2.5. Diseño
 - 3.2.6. Marca
 - 3.2.7. Precio
 - 3.2.8. Reducción de riesgos
 - 3.2.9. Accesibilidad
 - 3.2.10. Utilidad
- 3.3. Canales de distribución y comunicación
 - 3.3.1. Ventas internet
 - 3.3.2. Mayoristas
 - 3.3.3. Tiendas propias
 - 3.3.4. Tiendas de socios
- 3.4. Relaciones con los clientes
 - 3.4.1. Captación
 - 3.4.2. Fidelización
 - 3.4.3. Venta sugestiva
- 3.5. Fuentes de ingresos
 - 3.5.1. Venta de activos
 - 3.5.2. Cuota por uso
 - 3.5.3. Préstamo/alquiler
 - 3.5.4. Concesión de licencias
 - 3.5.5. Gasto corretaje
 - 3.5.6. Publicidad
- 3.6. Recursos clave
 - 3.6.1. Físicos
 - 3.6.2. Intelectuales
 - 3.6.3. Humanos
 - 3.6.4. Financieros
- 3.7. Actividades clave
 - 3.7.1. Producción
 - 3.7.2. Resolución de problemas
 - 3.7.3. Plataformas
- 3.8. Red de aliados
 - 3.8.1. Alianzas estratégicas
 - 3.8.2. Joint ventures
 - 3.8.3. Relaciones cliente-proveedor
 - 3.8.4. Colaboración con competencia
- 3.9. Costos
 - 3.9.1. Estructuras según coste
 - 3.9.2. Estructuras según valor
 - 3.9.3. Cálculo según producto o servicio
- 3.10. Modelo de negocio e innovación

4. Negocios internacionales y negociación

- 4.1. Cultura corporativa y negocios internacionales
- 4.2. Técnicas de negociación internacional
- 4.3. Protocolo de negociación internacional
- 4.4. Seguimiento de las negociaciones
- 4.5. Diplomacia empresarial y negocios internacionales



20 DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS

Objetivo:

Desarrollar habilidades directivas de comunicación y negociación empresarial que puedan valorarse en su aplicación a situaciones reales de la gestión de recursos humanos, generando soluciones a casos específicos de estudio.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Habilidades de Formulación de Estrategias Directivas

- 1.1. La misión de la empresa y su comunicación
- 1.2. Análisis interno de la empresa y función de la comunicación
- 1.3. Análisis externo de la empresa, su competencia y su comunicación
- 1.4. Análisis de los recursos disponibles en la empresa para la comunicación
- 1.5. Definición de fortalezas y debilidades de desarrollo empresarial y comunicacional
- 1.6. Establecimiento de objetivos o propósitos como sinergia desarrollo y comunicación directiva empresarial
- 1.7. Análisis y elección de estrategias, corto, mediano y largo plazo del desarrollo directivo y la comunicación organizacional

2. Diseño del Soporte de las Estrategias

- 2.1. Fundamentos y estructura organizacional de la empresa
- 2.2. Cultura empresarial: Dirección y liderazgo
- 2.3. Planeación de funciones en la empresa y comunicación
- 2.4. Sistemas de planeación y control de procesos y la comunicación
- 2.5. Sistemas de información y dirección estratégica

3. Implementación de Estrategias

- 3.1. La organización como jerarquía de objetivos de desarrollo empresarial y directivo
- 3.2. Planeación de la empresa y el rol de funciones integrando la comunicación organizacional

3.3. Obstrucciones a las metas de la empresa y conflictos internos. Papel del liderazgo directivo y la a comunicación

3.4. Conversión de la planeación de estratégica en acciones con liderazgo

3.5. Planeación de la comunicación directiva y liderazgo ante contingencias

4. Evaluación de Estrategias

- 4.1. Revisión de objetivos de la empresa y su cumplimiento
- 4.2. Control de procesos y adecuaciones necesarias conforme estrategia
- 4.3. Medición de resultados alcanzados y potenciales valorando estrategia
- 4.4. Administración estratégica global y comunicación empresarial

5. Comunicación e Inteligencia Emocional

- 5.1. Comunicación efectiva
- 5.2. Barreras de la comunicación
- 5.3. Tipos de comunicación
- 5.4. Comunicación corporal y lenguaje no verbal
- 5.5. Uso de medios de comunicación
- 5.6. Manejo de emociones
- 5.7. Percepción interpersonal o grupal
- 5.8. Asimilación emocional
- 5.9. Regulación emocional
- 5.10. Gestión del tiempo y tensión emocional
- 5.11. Influencia lingüística de la negociación
 - 5.11.1 Poder emocional de la palabra
 - 5.11.2 Distintas percepciones de los significados verbales
 - 5.11.3 Problemas interculturales
 - 5.11.4 Lenguaje asertivo, compulsivo y defensivo

6. Táctica, Planeación y Ejecución de la Negociación

- 6.1. Elementos de una táctica de negociación
 - 6.1.1. Ataques y defensas
 - 6.1.2. Usos de ventajas y minimización de desventajas
 - 6.1.3. Trampas de verdades a medias
- 6.2. Planeación de la negociación
 - 6.1.4. Determinación de objetivos
 - 6.1.5. Tiempo, espacio y agenda de la negociación

- 6.3. Etapas del desarrollo de la negociación
- 6.1.6. Investigación de los objetivos de la contraparte
- 6.1.7. Aplicación de las estrategias de negociación
- 6.1.8. Poder de influencia
- 6.1.9. Información privilegiada
- 6.1.10. El mediano y largo plazo
- 6.1.11. Los principios de beneficio mutuo
- 6.1.12. Los aspectos legales de un acuerdo

7. Negociación Empresarial

- 7.1. Planeación de objetivos
- 7.2. Holgura en la obtención de los objetivos de la empresa
- 7.3. Flexibilidad o inflexibilidad en logros prefijados
- 7.4. La contra-oferta
 - 7.4.1. Aspectos técnicos
 - 7.4.2. Tácticas de la contra oferta empresarial
 - 7.4.3. Estrategias de la contra oferta empresarial
- 7.5. Puntos muertos de una negociación
- 7.4.4. Obtención de ventaja de los puntos muertos
- 7.4.5. Tácticas para romper puntos muertos
- 7.4.6. Estrategias de manejo de los puntos muertos
- 7.6. Estrategias de concesiones
- 7.4.7. El regateo
- 7.4.8. La estrategia de perder-perder
- 7.4.9. La estrategia de ganar-perder
- 7.4.10. Estrategias de ganar-ganar
- 7.4.11. Posibilidades de estrategia de perder-ganar

21 **BIG DATA Y CULTURA DATA DRIVEN**

Objetivo:

Analizar la evolución y aplicaciones del big data, distinguiendo su aprovechamiento en el campo de la mercadotecnia y la comercialización, así como su importancia en la generación de una cultura de manejo eficiente y eficaz de los datos para consolidar el aprovechamiento de la información en diferentes sectores económicos, políticos y sociales.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Historia del Big Data

- 1.1. Antecedentes
- 1.2. Siglo XX
- 1.3. Importancia de los datos y su integración, análisis y difusión
- 1.4. Conceptualización de Big Data
- 1.5. Pirámide del conocimiento: Datos, Información, Conocimiento
- 1.6. Revolución Big Data – Nivel conocimiento
- 1.7. Analítica predictiva
 - 1.7.1. Nivel Dato: Extraer, Transformar y Cargar
 - 1.7.2. La revolución IoT
- 1.8. Nivel Información: Contextualización y flexibilidad
 - 1.8.1. Importancia y retos del tratamiento de la información
 - 1.8.2. SQL vs NoSQL
 - 1.8.3. Bases de datos NoSQL

2. Sistemas No Distribuidos vs Sistemas Distribuidos

- 2.1. Hadoop, aplicaciones
- 2.2. Spark, aplicaciones
- 2.3. Arquitecturas híbridas
- 2.4. Desarrollos en la nube
- 2.5. AWS productos y servicios

3. Nivel Conocimiento: Analizar y Comprender

- 3.1. Visualización

- 3.2. Herramientas de visualización de datos
- 3.3. Análisis: empezar a extraer conocimiento de los datos
- 3.4. Inteligencia artificial: intentar que las máquinas piensen como nosotros
- 3.5. Tipos de inteligencia artificial
- 3.6. Términos a diferenciar
- 3.7. Sistemas cognitivos
- 3.8. Fusión de perfiles

4. Pirámide del Conocimiento

- 4.1. Hacia una organización Data Driven
- 4.2. Data Assesment
- 4.3. Data Centric
- 4.4. Data by Design
- 4.5. Design Thinking
- 4.6. Herramientas de apoyo
- 4.7. Desarrollo Agile
- 4.8. Data Thinking

5. Privacidad de las Personas y los Datos: el nuevo RGPD

- 5.1. La privacidad de las personas y los datos: el nuevo RGPD
- 5.2. El reglamento
- 5.3. El consentimiento
- 5.4. Roles en el tratamiento de datos
- 5.5. Derechos del usuario

22 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE 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, valorando en el desarrollo de su análisis la aplicación de métodos y técnicas del campo de las ciencias económico-administrativas.

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

8. Conclusiones

9. Bibliografía. Enlace y artículos de interés



UNIVERSIDAD
EUDE