Grand Master

Alta Dirección de Compras

GMADC



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master
Alta Dirección de Compras

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-compras**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 22

06 Estructura y contenido — pág. 28

07 Metodología — pág. 40

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 48

09 Impacto para tu carrera — pág. 52

10 Beneficios para tu empresa — pág. 56

11 Titulación — pág. 60

01

Bienvenida

El aprovisionamiento de una empresa es un área fundamental, puesto que la correcta gestión de las compras permitirá a la compañía ser más competitiva y obtener mayores beneficios. Por ello, la especialización de los responsables de esta área adquiere una gran relevancia. Con este Grand Master ampliarás tus conocimientos en las estrategias más adecuadas para la negociación con proveedores y la gestión de compras, lo que te permitirá llevar a cabo una gestión más realista y eficaz.



Grand Master en Alta Dirección de Compras.
TECH Universidad Tecnológica



Especialízate en dirección de compras y adquiere la capacitación necesaria para mejorar en tu labor diaria y lograr los máximos beneficios para tu empresa"

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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





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

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

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

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

Máxima exigencia

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

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

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

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

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

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

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

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

Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

"En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School"

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

Análisis

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

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los *"case studies"* de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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





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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar tus capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa, serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.





Aprende a gestionar estratégicamente las compras de tu empresa y da un impulso a tu carrera"

Tus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El **Grand Master en Alta Dirección de Compras** te capacitará para:

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

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

03 Seguir los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio

04 Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable



05 Crear estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

06 Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial



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

08 Entender cuál es la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos en favor de los beneficios de la empresa

09 Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad

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

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

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

13 Ser capaz de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa

14 Realizar la estrategia de marketing que permita dar a conocer nuestro producto a nuestros clientes potenciales y generar una imagen adecuada de nuestra empresa



15 Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento, etc.

16 Crear estrategias innovadoras acordes con nuestros proyectos



17 Definir políticas de compras aprovisionamiento dentro del marco de la logística integral

18 Definir las políticas, prácticas y palancas que configuren la gestión de compras, así como las relaciones cliente-proveedor

19 Utilizar las herramientas de compra más adecuadas para la selección y evaluación de los mejores proveedores

20 Estructurar las necesidades en el ámbito de las compras

21 Implementar un plan de mejora de la productividad y de reducción de coste

22 Evaluar y medir los resultados a través de la identificación de indicadores claves

23 Desarrollar estrategias de negociación que generen relaciones estables y positivas con los proveedores





24 Elaborar el plan estratégico del departamento de compras

25 Definir las implicaciones financieras de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa

26 Adquirir habilidades de liderazgo que permitan desarrollar con mayor soltura la labor profesional

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del Grand Master en Alta Dirección de Compras, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora.





Desarrolla las competencias necesarias que serán de gran utilidad para mejorar en tu profesión”

01 Realizar una gestión global de la empresa, aplicando técnicas de liderazgo que influyan en el rendimiento de los trabajadores, de tal manera que se logren los objetivos de la empresa

02 Capacitar parte y liderar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03 Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

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



05 Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

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



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

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

09 Elaborar y liderar planes de marketing

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

11 Liderar los diferentes proyectos de la empresa

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

13 Realizar el diagnóstico financiero de la compañía

14 Realizar un análisis del mercado que permita conocer la situación de la empresa y sus competidores

15 Mejorar los procesos en las compras y el aprovisionamiento

16 Entender la importancia de las auditorías en el proceso de compras y aprovisionamiento de la empresa

17 Entender la empresa y el proceso logístico desde una visión estratégica internacional

18 Obtener conocimientos en el derecho mercantil, laboral y fiscal relacionado con la compañía

19 Realizar y gestionar el performance y la auditoría de compras

20 Buscar y seleccionar a los proveedores más adecuados para la empresa

21 Tener una planificación logística internacional que permita mejorar los beneficios de la empresa

22 Aplicar los máximos niveles de calidad en todos los procesos y proyectos

06

Estructura y contenido

El Grand Master en Alta Dirección de Compras es un programa diseñado a tu medida que se imparte en formato 100% online para que elijas el momento y lugar que mejor se adapten a tu disponibilidad, horarios e intereses. Un programa que se desarrolla a lo largo de 24 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases para tu éxito como directivo y emprendedor.





Te proponemos un completísimo temario para que amplíes tu capacitación en la dirección de compras”

Plan de estudios

El Grand Master en Alta Dirección de Compras de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 3.000 horas de estudio, analizarás multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Grand Master en Alta Dirección de Compras trata en profundidad las principales áreas de la empresa, y está diseñado para que los directivos entiendan la dirección de compras desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

Este programa se desarrolla a lo largo de 24 meses y se divide en 18 módulos:

Módulo 1	Liderazgo, ética y RSC
Módulo 2	Dirección estratégica y *management* directivo
Módulo 3	Dirección de personas y gestión del talento
Módulo 4	Dirección económico-financiera
Módulo 5	Dirección de operaciones y logística
Módulo 6	Dirección de sistemas de información
Módulo 7	Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa
Módulo 8	Innovación y dirección de proyectos
Módulo 9	*Management* y liderazgo
Módulo 10	Logística y gestión económica
Módulo 11	Investigación de mercados
Módulo 12	Gestión de proyectos y calidad para compradores
Módulo 13	Función de compras y aprovisionamiento
Módulo 14	Gestión estratégica de compras
Módulo 15	*Supplier relationship management*
Módulo 16	Impacto socio-ecológico
Módulo 17	*Global sourcing*
Módulo 18	*Performance* y auditoría



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH te ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 24 meses que dura la capacitación, podrás acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que te permitirá autogestionar tú mismo tu tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

1.1. Globalización y Gobernanza
1.1.1. Globalización y tendencias: internacionalización de mercados
1.1.2. Entorno Económico y Gobernanza Corporativa
1.1.3. Accountability o Rendición de Cuentas

1.2. Liderazgo
1.2.1. Entorno intercultural
1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
1.2.2. Roles y responsabilidades directivas

1.3. Ética empresarial
1.3.1. Ética e integridad
1.3.2. Comportamiento ético en las empresas
1.3.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
1.3.4. Prevención del fraude y de la corrupción

1.4. Sostenibilidad
1.4.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
1.4.2. Impacto social, ambiental y económico
1.4.3. Agenda 2030 y ODS

1.5. Responsabilidad Social de la Empresa
1.5.1. Responsabilidad Social de las Empresas
1.5.2. Roles y responsabilidades
1.5.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa

Módulo 2. Dirección estratégica y *management* directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional
2.1.1. Cultura organizacional
2.1.2. Análisis organizacional
2.1.3. Diseño de la estructura organizacional

2.2. Estrategia Corporativa
2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional

2.3. Planificación y Formulación Estratégica
2.3.1. Pensamiento estratégico
2.3.2. Formulación y Planificación estratégica
2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa

2.4. Modelos y Patrones Estratégicos
2.4.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
2.4.2. Estrategia Corporativa: metodologías
2.4.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa

2.5. Dirección estratégica
2.5.1. Misión, visión y valores estratégicos
2.5.2. Balanced Scorecard/Cuadro de Mando
2.5.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
2.5.4. Dirección estratégica y *reporting*

2.6. Implantación y ejecución estratégica
2.6.1. Implantación estratégica: objetivos, acciones e impactos
2.6.2. Supervisión y alineación estratégica
2.6.3. Enfoque de mejora continua

2.7. Management Directivo
2.7.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
2.7.2. Política de Gestión y Procesos
2.7.3. Knowledge Management

2.8. Análisis y resolución de casos/ problemas
2.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
2.8.2. Método del Caso
2.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

3.1. Comportamiento organizacional
3.1.1. Teoría de las organizaciones
3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

3.2. Dirección estratégica de personas
3.2.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
3.2.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
3.2.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
3.2.4. Formación y desarrollo profesional

3.3. Desarrollo directivo y liderazgo
3.3.1. Capacidades directivas: competencias y habilidades del siglo XXI
3.3.2. Habilidades no directivas
3.3.3. Mapa de competencias y habilidades
3.3.4. Liderazgo y dirección de personas

3.4. Gestión del cambio
3.4.1. Análisis del rendimiento
3.4.2. Planteamiento estratégico
3.4.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
3.4.4. Enfoque de mejora continua

3.5. Negociación y gestión de conflictos
3.5.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
3.5.2. Técnicas de negociación efectiva
3.5.3. Conflictos: factores y tipologías
3.5.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación

3.6. Comunicación directiva
3.6.1. Análisis del rendimiento
3.6.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
3.6.3. Gestión de procesos de cambio
3.6.4. Gestión de equipos multiculturales

3.7. Gestión de equipos y desempeño de personas
3.7.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
3.7.2. Gestión de equipos y de personas
3.7.3. *Coaching* y desempeño de personas
3.7.4. Reuniones directivas: planificación y gestión de tiempos

3.8. Gestión del conocimiento y del talento
3.8.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
3.8.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
3.8.3. Creatividad e innovación

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno Económico
4.1.1. Teoría de las organizaciones
4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

4.2. Contabilidad Directiva
4.2.1. Marco internacional de contabilidad
4.2.2. Introducción al ciclo contable
4.2.3. Estados Contables de las empresas
4.2.4. Análisis de los Estados Contables: toma de decisiones

4.3. Presupuesto y Control de Gestión
4.3.1. Planificación Presupuestaria
4.3.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
4.3.3. Supervisión y reporting

4.4. Responsabilidad fiscal de las empresas
4.4.1. Responsabilidad fiscal corporativa
4.4.2. Procedimiento tributario: aproximación a un caso-país

4.5. Sistemas de control de las empresas
4.5.1. Tipologías de Control
4.5.2. Cumplimiento Normativo/*Compliance*
4.5.3. Auditoría Interna
4.5.4. Auditoría Externa

4.6. Dirección Financiera
4.6.1. Introducción a la Dirección Financiera
4.6.2. Dirección Financiera y estrategia corporativa
4.6.3. Director financiero o Chief Financial Officer (CFO): competencias directivas

4.7. Planificación Financiera
4.7.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
4.7.2. Herramientas de análisis financiero
4.7.3. Planificación Financiera a corto plazo
4.7.4. Planificación Financiera a largo plazo

4.8. Estrategia Financiera Corporativa
4.8.1. Inversiones Financieras Corporativas
4.8.2. Crecimiento estratégico: tipologías

4.9. Contexto Macroeconómico
4.9.1. Análisis Macroeconómico
4.9.2. Indicadores de coyuntura
4.9.3. Ciclo económico

4.10. Financiación Estratégica
4.10.1. Negocio Bancario: entorno actual
4.10.2. Análisis y gestión del riesgo

4.11. Mercados monetarios y de capitales
4.11.1. Mercado de Renta Fija
4.11.2. Mercado de Renta Variable
4.11.3. Valoración de empresas

4.12. Análisis y resolución de casos/problemas
4.12.1. Metodología de Resolución de Problemas
4.12.2. Método del Caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección de las operaciones
5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
5.1.3. Sistemas de indicadores

5.2. Dirección de compras
5.2.1. Gestión de *Stocks*
5.2.2. Gestión de Almacenes
5.2.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento

5.3. Supply chain management I
5.3.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
5.3.2. Cambio en los patrones de demanda
5.3.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

5.4. Supply chain management II. Ejecución
5.4.1. Lean Manufacturing/Lean Thinking
5.4.2. Dirección Logística
5.4.3. Compras

5.5. Procesos logísticos
5.5.1. Organización y gestión por procesos
5.5.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
5.5.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
5.5.4. Servicio posventa

5.6. Logística y clientes
5.6.1. Análisis de demanda y previsión
5.6.2. Previsión y planificación de ventas
5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement

5.7. Logística internacional
5.7.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
5.7.2. Formas y medios de pago internacional
5.7.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.8. Competir desde operaciones
5.8.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
5.8.2. Tecnologías y ciencias emergentes
5.8.3. Sistemas de información en las operaciones

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Dirección de sistemas de información
6.1.1. Sistemas de información empresarial
6.1.2. Decisiones estratégicas
6.1.3. Rol del CIO

6.2. Tecnologías de la información y estrategia empresarial
6.2.1. Análisis de empresa y sectores industriales
6.2.2. Modelos de negocio basados en internet
6.2.3. El valor de la IT en la empresa

6.3. Planificación estratégica de SI
6.3.1. El proceso de planificación estratégica
6.3.2. Formulación de la estrategia de SI
6.3.3. Plan de implantación de la estrategia

6.4. Sistemas de información y *business intelligence*
6.4.1. CRM y Business Intelligence
6.4.2. Gestión de Proyectos de Business Intelligence
6.4.3. Arquitectura de Business Intelligence

6.5. Nuevos modelos de negocio basados en las TIC
6.5.1. Modelos de negocio de base tecnológica
6.5.2. Capacidades para innovar
6.5.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

6.6. Comercio electrónico
6.6.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
6.6.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
6.6.3. *e-Commerce* como oportunidad de Internacionalización

6.7. Estrategias de *e-Business*
6.7.1. Estrategias en Social Media
6.7.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
6.7.3. Regulación digital

6.8. *Digital business*
6.8.1. Mobile *e-Commerce*
6.8.2. Diseño y Usabilidad
6.8.3. Operaciones del Comercio Electrónico

Módulo 7. Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa

7.1. Dirección Comercial
7.1.1. Dirección de ventas
7.1.2. Estrategia comercial
7.1.3. Técnicas de venta y de negociación
7.1.4. Dirección de equipos de ventas

7.2. Marketing
7.2.1. Marketing e impacto en la empresa
7.2.2. Variables básicas del Marketing
7.2.3. Plan de Marketing

7.3. Gestión estratégica de Marketing
7.3.1. Fuentes de la innovación
7.3.2. Tendencias actuales en Marketing
7.3.3. Herramientas de Marketing
7.3.4. Estrategia de Marketing y comunicación con los clientes

7.4. Estrategia de Marketing Digital
7.4.1. Aproximación al Marketing Digital
7.4.2. Herramientas de Marketing Digital
7.4.3. *Inbound Marketing* y evolución del Marketing Digital

7.5. Estrategia de ventas y de comunicación
7.5.1. Posicionamiento y promoción
7.5.2. Relaciones Públicas
7.5.3. Estrategia de ventas y de comunicación

7.6. Comunicación Corporativa
7.6.1. Comunicación interna y externa
7.6.2. Departamentos de Comunicación
7.6.3. Directivos de Comunicación (DIRCOM): competencias directivas y responsabilidades

7.7. Estrategia de Comunicación Corporativa
7.7.1. Estrategia Corporativa de Comunicación
7.7.2. Plan de Comunicación
7.7.3. Redacción de Comunicados de Prensa/ *Clipping*/*Publicity*

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

8.1. Innovación
8.1.1. Macro Conceptual de la innovación
8.1.2. Tipologías de innovación
8.1.3. Innovación continua y discontinua
8.1.4. Formación e Innovación

8.2. Estrategia de Innovación
8.2.1. Innovación y estrategia corporativa
8.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
8.2.3. Talleres de innovación

8.3. Diseño y validación del modelo de negocio
8.3.1. Metodología *Lean Startup*
8.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
8.3.3. Modalidades de financiación
8.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo *canvas* y métricas
8.3.5. Crecimiento y fidelización

8.4. Dirección y Gestión de Proyectos
8.4.1. Oportunidades de innovación
8.4.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
8.4.3. Definición y diseño de los proyectos
8.4.4. Ejecución de los Proyectos
8.4.5. Cierre de Proyectos

Módulo 9. *Management* y liderazgo

9.1. General *management*
9.1.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
9.1.2. Política de Gestión y Procesos
9.1.3. *Society and Enterprise*

9.2. Estrategia competitiva
9.2.1. Análisis del mercado
9.2.2. Ventaja competitiva sostenible
9.2.3. Retorno de la inversión

9.3. Planificación y estrategia
9.3.1. Relevancia de la Dirección Estratégica en el proceso de Control de Gestión
9.3.2. Análisis del entorno y la organización
9.3.3. *Lean Management*

9.4. Gestión del talento
9.4.1. Gestión del Capital Humano
9.4.2. Entorno, estrategia y métrica
9.4.3. Innovación en la gestión de personas

9.5. Negociación
9.5.1. Negociación intercultural
9.5.2. Enfoques para la negociación
9.5.3. Técnicas de negociación efectiva
9.5.4. La reestructuración

Módulo 10. Logística y gestión económica

10.1. Diagnóstico financiero
10.1.1. Indicadores para el análisis de los estados financieros
10.1.2. Análisis de la rentabilidad
10.1.3. Rentabilidad económica y financiera de una empresa

10.2. Análisis económico de decisiones
10.2.1. Control Presupuestario
10.2.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo
10.2.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial

10.3. Valoración de inversiones y portfolio *management*
10.3.1. Rentabilidad de los proyectos de inversión y la creación de valor
10.3.2. Modelos para la evaluación de proyectos de inversión
10.3.3. Análisis de sensibilidad, elaboración de escenarios y árboles de decisión

10.4. Gestión Financiera para dirección de compras
10.4.1. Efecto multiplicador de las compras en los beneficios
10.4.2. Rentabilidad y reducción de costes
10.4.3. Coste de oportunidad de los activos

10.5. Control económico de las compras
10.5.1. KPI, indicadores claves de gestión de compras
10.5.2. Impacto en costes totales de la gestión adecuada de KPI
10.5.3. Cuadro de mando económico y de control de las compras

10.6. Gestión de Almacenes, *Stock* y Logística
10.6.1. Dirección de logística de compras
10.6.2. Gestión de *Stocks*
10.6.3. Gestión de Almacenes

Módulo 11. Investigación de mercados

11.1. Nuevo entorno competitivo
11.1.1. Innovación tecnológica e impacto económico
11.1.2. Sociedad del conocimiento
11.1.3. El nuevo perfil del consumidor

11.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
11.2.1. Variables y escalas de medida
11.2.2. Fuentes de información
11.2.3. Técnicas de muestreo
11.2.4. Tratamiento y análisis de los datos

11.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
11.3.1. Técnicas directas: *focus group*
11.3.2. Técnicas antropológicas
11.3.3. Técnicas indirectas
11.3.4. *Two face mirror* y método *Delphi*

11.4. Segmentación de mercados
11.4.1. Tipologías de mercado
11.4.2. Concepto y análisis de la demanda
11.4.3. Segmentación y criterios
11.4.4. Definición de público objetivo

11.5. Tipos de comportamiento de compra
11.5.1. Comportamiento complejo
11.5.2. Comportamiento reductor de disonancia
11.5.3. Comportamiento de búsqueda variada
11.5.4. Comportamiento habitual de compra

11.6. Sistemas de información de marketing
11.6.1. Enfoques conceptuales del sistema de información en marketing
11.6.2. *Data Warehouse and Datamining*
11.6.3. Sistemas de información geográfica

11.7. Gestión de proyectos de investigación
11.7.1. Herramientas de análisis de información
11.7.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
11.7.3. Evaluación de viabilidad de proyectos

11.8. *Marketing intelligence*
11.8.1. *Big data*
11.8.2. Experiencia de usuario
11.8.3. Aplicación de técnicas

Módulo 12. Gestión de proyectos y calidad para compradores

12.1. *Lean management*
12.1.1. Principios básicos de *Lean Management*
12.1.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
12.1.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

12.2. Herramientas Lean para la gestión de proyectos
12.2.1. Herramientas de mejora de calidad
12.2.2. Herramientas de mejora de costes
12.2.3. Herramientas de mejora de plazos
12.2.4. Herramientas de mejora de implicación de personal

12.3. Aplicación práctica de la gestión *Lean*: principios y reglas básicas
12.3.1. Identificación del despilfarro en Compras y *Procurement*
12.3.2. Aplicación práctica de las 4 reglas *Lean*
12.3.3. Definición unívoca de subprocesos mediante SIPOC

12.4. *Lean six-sigma* en procesos de compras
12.4.1. Maximizar el valor mediante el enfoque de mejora DMAIC
12.4.2. Diagnóstico de la capacidad de los procesos y potencial de mejora
12.4.3. Utilización de métricas de proceso y de resultado en *Procurement*

12.5. Gestión de la calidad en proyectos
12.5.1. Planificación de proyectos con base en requisitos y especificaciones
12.5.2. Requerimientos del cliente y evaluación competitiva
12.5.3. Objetivos, relaciones y correlaciones
12.5.4. Análisis modal de fallos y efectos

12.6. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos
12.6.1. *Total Quality Management*
12.6.2. *Six Sigma* como sistema global de gestión empresarial
12.6.3. Modelo EFQM

12.7. Mapa de la cadena de valor en procesos de compras
12.7.1. Identificación de objetivos concretos de mejora
12.7.2. Ajuste y balanceo de procesos para reducir tiempos de no-valor y optimizar recursos

Módulo 13. Función de compras y aprovisionamiento

13.1. Compras y cadena de valor
13.1.1. Misión, objetivo y estructura del departamento de compras y aprovisionamiento
13.1.2. Componentes principales del departamento de compras
13.1.3. Compras y flujo logístico de la empresa
13.1.4. Gestión de indicadores, cuadro de mando

13.2. Desarrollo de la Estrategia de Compras
13.2.1. Pliegos de condiciones de compra
13.2.2. Gestión de entradas, pedidos y albaranes
13.2.3. Gestión de incidencias e inventario

13.3. Análisis de precios, costes y valor de la compra
13.3.1. *Category Management*
13.3.2. Sistemas RFP y RFQ
13.3.3. Índices internacionales para la fijación de precios
13.3.4. Fijación dinámica de precios

13.4. Gestión de Riesgos en Compras
13.4.1. Naturaleza del riesgo
13.4.2. Riesgos en el mercado de suministros
13.4.3. Seguros
13.4.4. Riesgos de precios, volatilidad

13.5. e-Procurement
13.5.1. e-Business y e-Sourcing
13.5.2. Subastas y subastas inversas
13.5.3. Costes de aplicación y sistemas más empleados
13.5.4. e-Purchaising

13.6. Compras en diferentes industrias y sectores
13.6.1. Compra de servicios
13.6.2. Compra de bienes de equipos
13.6.3. Compra de *merchandising*, marketing, publicidad
13.6.4. IT, transportes y otros sectores
13.6.5. Compra en el sector público

Módulo 14. Gestión estratégica de compras

14.1. Gestión estratégica de compras
14.1.1. Nuevos retos en la gestión de compras, *sourcing* y aprovisionamiento
14.1.2. Función de Compras en la empresa y en la cadena de suministro
14.1.3. Función de Compras como proveedora de recursos
14.1.4. Aspectos legales de la función de Compras

14.2. *Lean management* en los procesos de compras
14.2.1. *Lean Buying*
14.2.2. *Outsourcing* en la SCM
14.2.3. *Lean Supplying*

14.3. Diseño de la estrategia de compras
14.3.1. Externalización
14.3.2. Subcontratación de procesos
14.3.3. Globalización
14.3.4. Deslocalización

14.4. *Outsourcing-insourcing*
14.4.1. Modelos y procesos de compras
14.4.2. Modelos de segmentación
14.4.3. Rol del *e-Procurement*

14.5. Aprovisionamiento estratégico
14.5.1. Selección de proveedores y estrategia
14.5.2. Generación de valor desde el aprovisionamiento estratégico
14.5.3. Operadores logísticos en aprovisionamiento

14.6. Diseño y gestión de almacenes
14.6.1. Diseño avanzado de almacenes
14.6.2. *Picking y Sorting*
14.6.3. Control de flujo de materiales

14.7. *Lean Warehouse*
14.7.1. Fundamentos de *Lean Warehousing*
14.7.2. Sistemas manejo de inventario
14.7.3. Radiofrecuencia en diseño de almacenes

14.8. Gestión del transporte y la distribución
14.8.1. Coordinación entre transporte y almacenaje
14.8.2. Zonas de actividades logísticas, ZAL
14.8.3. Normativas y convenios del transporte aéreo y terrestre de mercancías

14.9. Logística interna
14.9.1. Cálculo de necesidades.
14.9.2. Tipología de almacenes en un sistema JIT
14.9.3. Suministros *DOUKI SEISAN*
14.9.4. *Lean materials handling*

Módulo 15. *Supplier relationship management*

15.1. Planificación de la búsqueda de proveedores
15.1.1. Proceso de oferta y desarrollo de criterios
15.1.2. Identificación de los potenciales proveedores
15.1.3. Selección de proveedores

15.2. Criterios de selección de proveedores
15.2.1. Criterios económicos
15.2.2. Criterios de calidad
15.2.3. Otros criterios

15.3. Gestión de la relación con el proveedor
15.3.1. Ética en las relaciones
15.3.2. Planificar la contratación
15.3.3. Adquisición de servicios

15.4. Integración de proveedores en la cadena de valor
15.4.1. Fases del proceso de integración
15.4.2. Riesgos y parámetros de control
15.4.3. Seguimiento
15.4.4. Ruptura de la integración

15.5. Derecho mercantil
15.5.1. El contrato de compraventa
15.5.2. Pagos y morosidad
15.5.3. Garantías de cumplimiento
15.5.4. Responsabilidad por daños causados por productos defectuosos
15.5.5. Contratos de alquiler

15.6. Derecho laboral
15.6.1. Contrata de obras y servicios
15.6.2. Responsabilidad solidaria laboral
15.6.3. Responsabilidad subsidiaria de Seguridad Social
15.6.4. Prevención de riesgos laborales

15.7. Derecho fiscal
15.7.1. Responsabilidades fiscales en la subcontratación
15.7.2. Repercusiones fiscales de las compras

15.8. Gestión y administración del contrato
15.8.1. Negociación y puesta en marcha
15.8.2. Monitorización y control de resultados
15.8.3. Cierre del contrato

Módulo 16. Impacto socio-ecológico

16.1. Responsabilidad social corporativa
16.1.1. Visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa
16.1.2. Sistemas y modelos para la implantación de la RSC
16.1.3. Organización de la RSC
16.1.4. Roles y responsabilidades

16.2. SCM y *corporate responsibility*
16.2.1. La creación de valor en una economía de intangibles
16.2.2. RSC: compromiso empresarial
16.2.3. Impacto social, ambiental y económico

16.3. Finanzas e inversión responsables
16.3.1. Transparencia en la información
16.3.2. Financiación e inversión responsable
16.3.3. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa

16.4. Empresa y medioambiente
16.4.1. Desarrollo sostenible
16.4.2. Desarrollo legislativo en la responsabilidad medio ambiental
16.4.3. Respuesta de las empresas ante la problemática ambiental
16.4.4. Residuos y emisiones

16.5. Sistemas y herramientas de gestión responsable
16.5.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social
16.5.2. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral
16.5.3. Auditorías

16.6. Ética empresarial
16.6.1 Comportamiento ético en la empresa
16.6.2. Deontología y códigos éticos
16.6.3. Fraudes y conflictos de interés

Módulo 17. *Global sourcing*

17.1. Entorno económico global
17.1.1. Fundamentos de la economía global
17.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
17.1.3. *Growth & development in emerging markets*
17.1.4. Sistema monetario internacional

17.2. Adaptación de compras al *Global sourcing*
17.2.1. Estructura de compras
17.2.2. Necesidad de nuevas aptitudes
17.2.3. Intermediarios

17.3. Gestión de las importaciones
17.3.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
17.3.2. Instituciones y acuerdos de comercio internacional
17.3.3. Legislación aduanera
17.3.4. Dirección de plantas y compras internacionales

17.4. Distribución logística internacional
17.4.1. Plataformas logísticas a nivel internacional
17.4.2. Operador de transporte internacional
17.4.3. *Hubs* y distribución

17.5. Incoterms y gestión documentaria internacional
17.5.1. Exportación o implantación
17.5.2. El contrato de agencia, distribución y compraventa internacional
17.5.3. La propiedad industrial e intelectual
17.5.4. Clasificación arancelaria

17.6. Formas y medios de pago internacional
17.6.1. La elección del medio de pago
17.6.2. El crédito documentario
17.6.3. Garantía bancaria y crédito documentario

17.7. Internacional *Lean logistics*
17.7.1. Fundamentos *Lean* con aplicación en logística internacional
17.7.2. Principales implicaciones y requerimientos
17.7.3. Otras metodologías de mejora de procesos

Módulo 18. *Performance* y auditoría

18.1. Aspectos generales de los indicadores de gestión empresarial
18.1.1. Funciones de los Indicadores de Gestión
18.1.2. Panel de Indicadores y *Balance Score Card*
18.1.3. Indicadores Logísticos

18.2. Indicadores de Compras de Materiales de Partida
18.2.1. Indicadores de eficacia
18.2.2. Indicadores económicos
18.2.3. Indicadores de relación con clientes internos
18.2.4. Indicadores de efectividad en aprovisionamiento
18.2.5. Indicadores de eficiencia en el aprovisionamiento
18.2.6. Objetivos de Compras

18.3. Indicadores de Compras de Servicios
18.3.1. Indicadores económicos
18.3.2. Indicadores de efectividad en aprovisionamiento
18.3.3. Indicadores de eficacia
18.3.4. Indicadores de relación
18.3.5. Indicadores de relación con nuestros clientes internos

18.4. Otros indicadores
18.4.1. Indicadores de rendimiento
18.4.2. Indicadores de productividad del equipo de compras

18.5. Auditoría de compras
18.5.1. Política general de auditoría
18.5.2. Objetivos de la auditoría
18.5.3. Alcance de la auditoría sobre los controles de las compras
18.5.4. Auditorías internas, formación, y políticas y procedimientos del contratista

18.6. *Benchmarking* en la gestión de compras
18.6.1. Tipos de *benchmarking*
18.6.2. Realizar un *benchmark* en el mercado
18.6.3. Logros y ventajas de la aplicación del *benchmarking* en un departamento de compras
18.6.4. La medición de la evaluación comparativa

07

Metodología

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

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





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

En TECH Business School empleamos el Método del Caso de Harvard

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

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



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de la Escuela de Negocios de TECH Universidad Tecnológica te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, TECH utiliza los *case studies* de Harvard, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra universidad es la primera en el mundo que combina los *case studies* de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

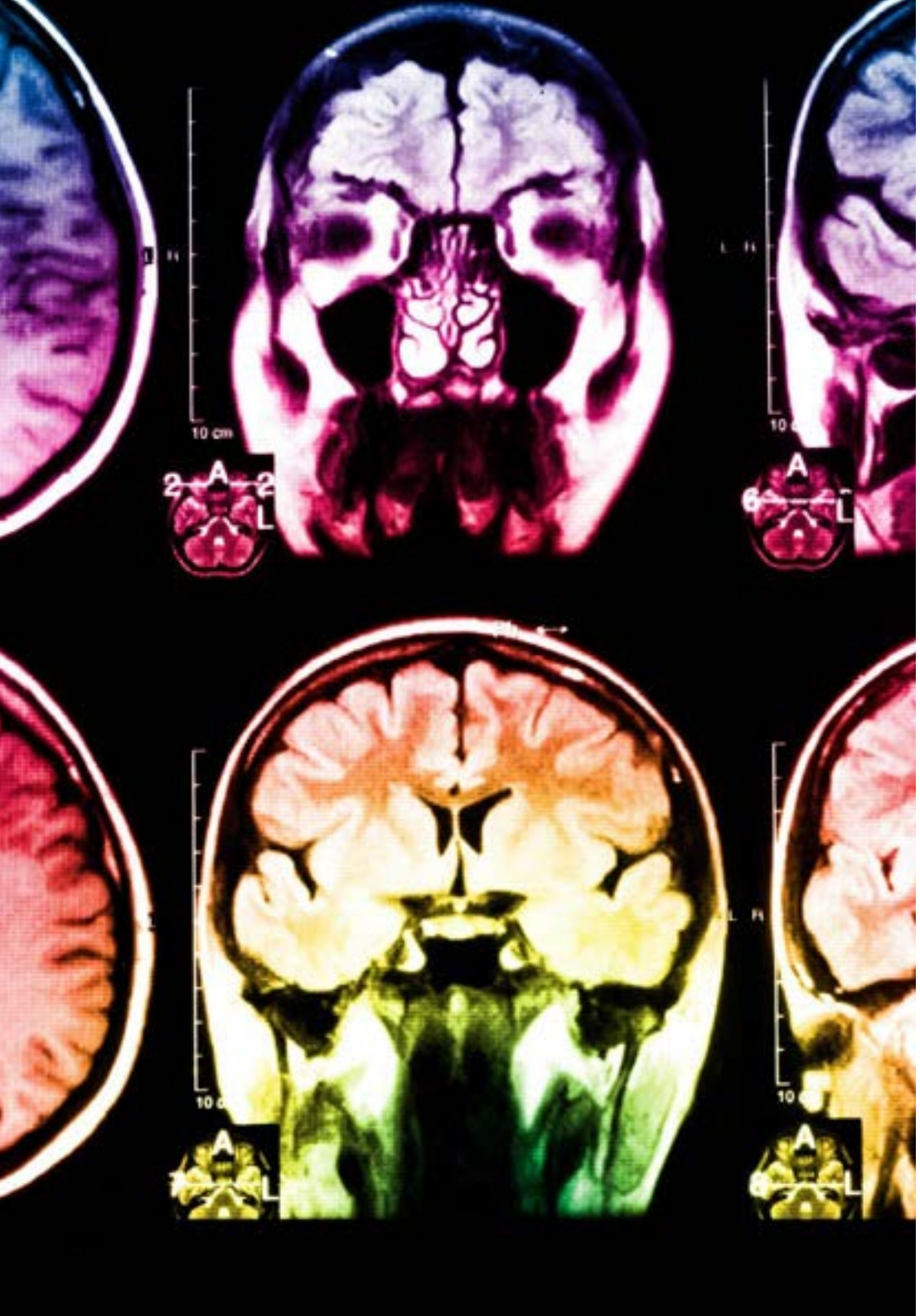
Potenciamos los *case studies* de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

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

Material de estudio

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

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

Clases magistrales

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

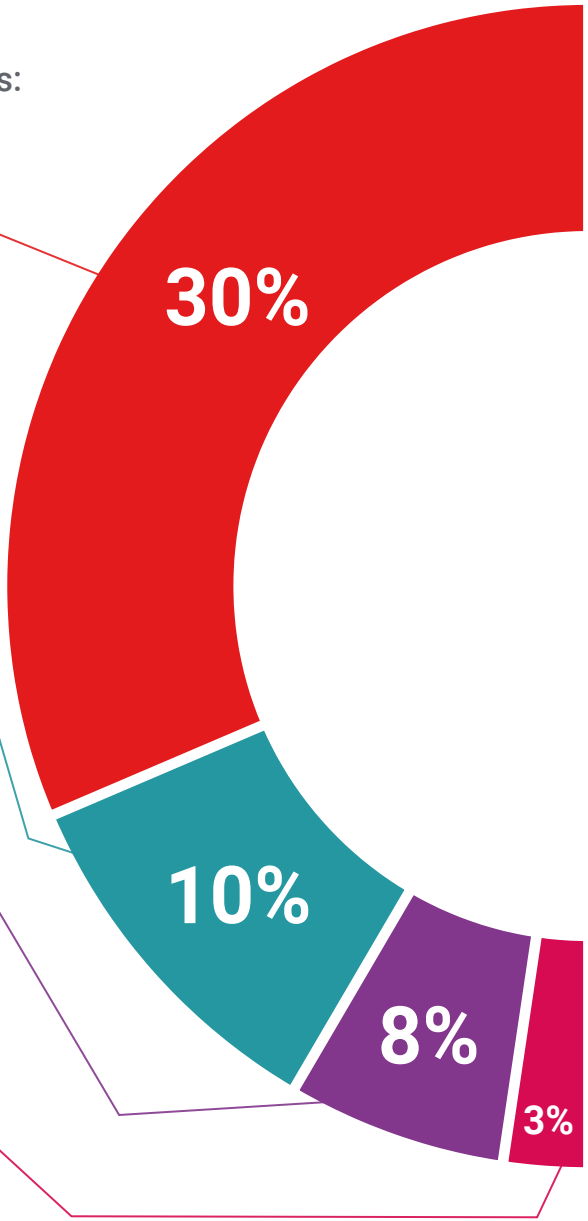
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

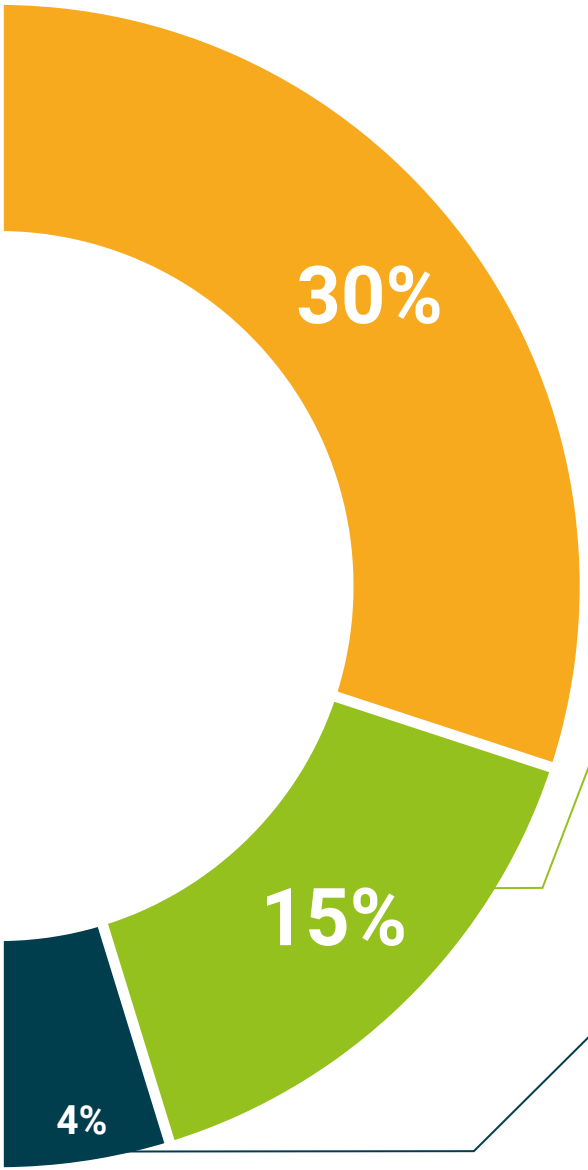
Prácticas de habilidades directivas

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

Lecturas complementarias

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





Case studies

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

Resúmenes interactivos

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

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

Testing & Retesting

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

08

Perfil de nuestros alumnos

El Grand Master en Alta Dirección de Compras de TECH es un programa dirigido a profesionales con experiencia, que quieran actualizar sus conocimientos y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforman el enfoque multidisciplinar de este programa.



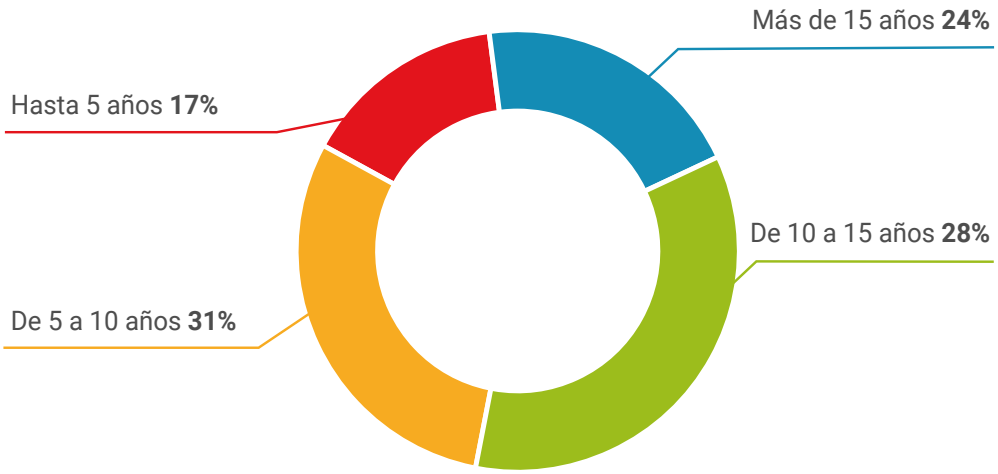


Un programa de alto nivel para profesionales que buscan la excelencia”

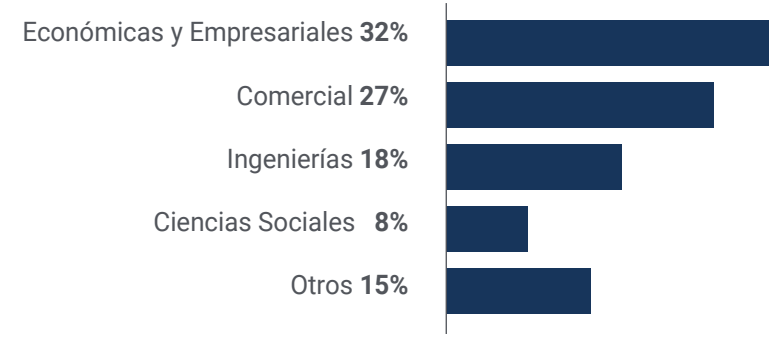
Edad media

Entre **35** y **45** años

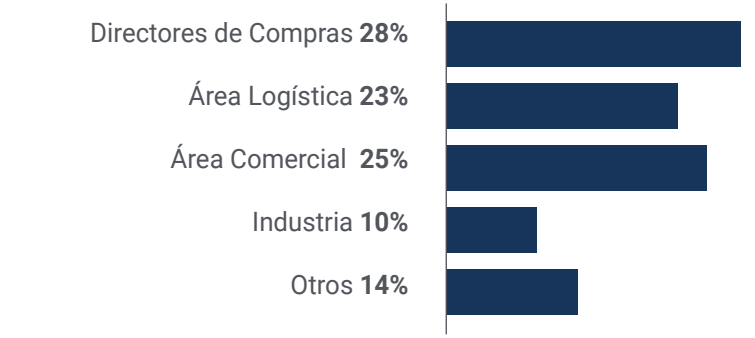
Años de experiencia



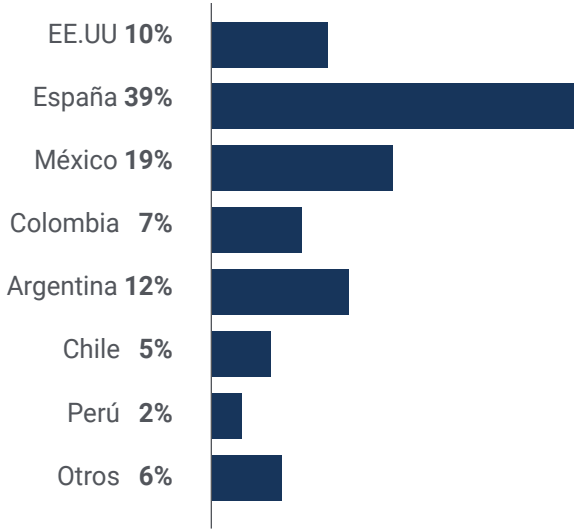
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Margarita Pisaca

Directora de compras en una multinacional

"La realización de este Grand Master de TECH ha sido una experiencia única a nivel académico, debido a la calidad de su contenido y, por supuesto, a su modalidad online, indispensable para poder compaginarlo con el resto de mis obligaciones. Gracias a él he podido actualizar mis conocimientos sobre un sector en el que llevo años trabajando, pero en el que notaba que debía profundizar aún más"

09

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y, por ello, ponemos todos nuestros esfuerzos y herramientas a tu disposición para que adquieras las habilidades y destrezas necesarias que te permitan lograr ese cambio.





En TECH dirigimos todos nuestros esfuerzos para ayudarte a conseguir el cambio profesional que mereces”

Sumérgete en el estudio de este Grand Master y logra la meta profesional que deseas.

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

El Grand Master en Alta Dirección de Compras de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara al profesional para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

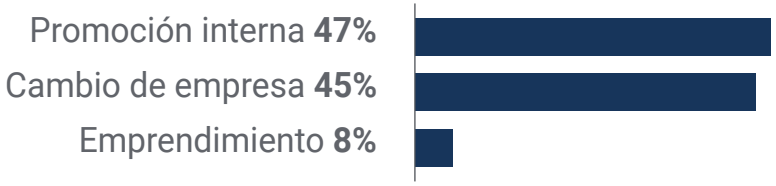
Si quiere superarse a sí mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

Si te interesa alcanzar una mejora profesional, no dudes en especializarte en TECH. Contamos con el mejor programa académico del mercado.

Momento del cambio

Durante el programa el	Durante el primer año el	Dos años después el
11%	**63%**	**26%**

Tipo de cambio



Mejora salarial

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

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

10

Beneficios para tu empresa

El Grand Master en Alta Dirección de Compras contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentado la capacitación del profesional y mejorando sus habilidades directivas. Pero, además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la cual encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Tras realizar este Grand Master aportarás a la empresa una nueva visión de negocio”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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

11

Titulación

El Grand Master en Alta Dirección de Compras garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin necesidad de realizar complicados trámites”

Este **Grand Master en Alta Dirección de Compras** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Grand Master** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Grand Master, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Grand Master en Alta Dirección de Compras**

N.º Horas Oficiales: **3.000 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

GRAND MASTER

en

Alta Dirección de Compras

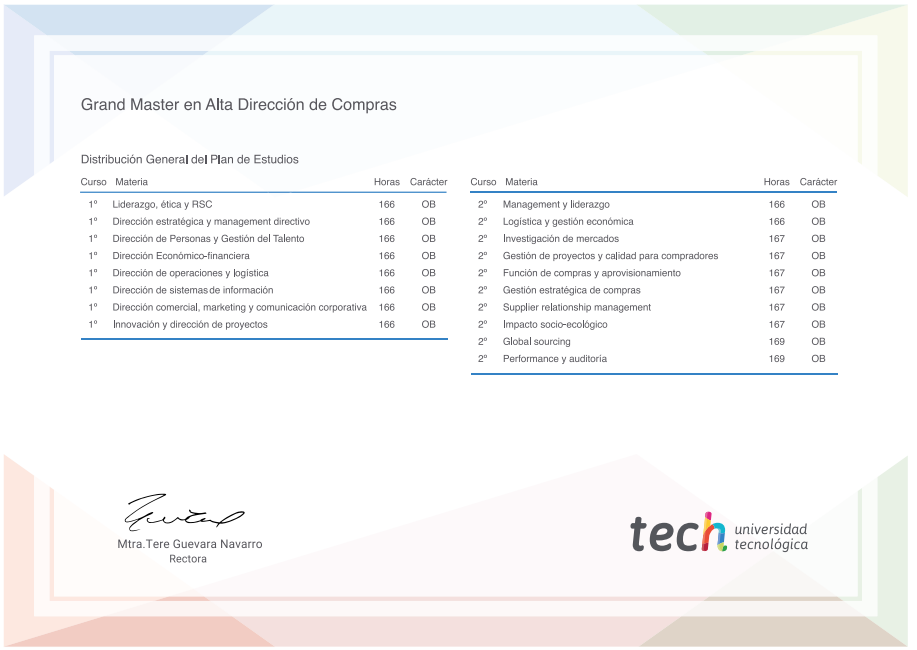
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 3.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Grand Master en Alta Dirección de Compras

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Liderazgo, ética y RSC	166	OB
1º	Dirección estratégica y management directivo	166	OB
1º	Dirección de Personas y Gestión del Talento	166	OB
1º	Dirección Económico-financiera	166	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	166	OB
1º	Dirección de sistemas de información	166	OB
1º	Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa	166	OB
1º	Innovación y dirección de proyectos	166	OB

Curso	Materia	Horas	Carácter
2º	Management y liderazgo	166	OB
2º	Logística y gestión económica	166	OB
2º	Investigación de mercados	167	OB
2º	Gestión de proyectos y calidad para compradores	167	OB
2º	Función de compras y aprovisionamiento	167	OB
2º	Gestión estratégica de compras	167	OB
2º	Supplier relationship management	167	OB
2º	Impacto socio-ecológico	167	OB
2º	Global sourcing	169	OB
2º	Performance y auditoría	169	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

Grand Master
Alta Dirección de Compras

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

Alta Dirección de Compras



tech universidad tecnológica