Experto Universitario

Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/educacion/experto-universitario/experto-planificacion-gestion-economica-financiera-proyectos**

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Objetivos
pág. 8

03
Dirección del curso
pág. 12

04
Estructura y contenido
pág. 16

05
Metodología
pág. 28

06
Titulación
pág. 36

01

Presentación

La gestión económica consiste en determinar cuáles serán los recursos económicos y humanos necesarios para poder llevar a cabo un proyecto y calcular qué coste va a suponer. Incluye también el seguimiento y control de los ingresos y gastos, de los costes que se van generando a medida que se va ejecutando el proyecto, de manera que se puedan detectar posibles desviaciones y se puedan tomar las decisiones necesarias para ajustarlas.





Este Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos generará una sensación de seguridad en el desempeño de tu profesión, que te ayudará a crecer personal y profesionalmente"

La planificación y control son conceptos interdependientes, carentes de sentido el uno sin el otro. En una organización debe desarrollarse un sistema de información que vaya de lo previsto mediante la planificación a la realidad, y de ésta, en base a las desviaciones, de nuevo a la planificación para su revisión en un proceso de aprendizaje y mejora continua, cerrándose así el ciclo empresarial. La planificación y el control de gestión son conceptos mutuamente imbricados: Es difícil alcanzar unos objetivos si no se planifica previamente su gestión, es difícil alcanzar los objetivos planificados si no se controla su realización.

En el proceso de planificación se plantean los objetivos, finalidades y metas a alcanzarse tanto a corto como a largo plazo. En la mayoría de casos estas expectativas estarán respaldadas por estrategias, planes de acción y asignación de recursos; sin embargo, se requiere precisar, en números, el avance y la consecución de esos objetivos. El presupuesto nos permite, a través de cifras, dar a conocer en un lenguaje seguro qué resultados vamos realmente a obtener si cumplimos con lo planificado. En otras palabras, ciertos aspectos cualitativos o subjetivos de los logros a alcanzarse se transforman en aspectos totalmente medibles y claros, de tal manera que primero, se obtenga una visión económica numérica de ellos, y segundo, se determine la contribución requerida de cada uno de los miembros de la organización. (Ministerio de Fomento).

Este Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-financiera de Proyectos Educativos, introduce al alumno en los diferentes proyectos tecnológicos que podemos afrontar en el ámbito de la realidad virtual, la realidad aumentada, mixta, la inteligencia artificial, la robótica. Proyectos metodológicos como la gamificación, *flipped classroom, design thinking*, el aprendizaje basado en proyectos, coaching educativo. Proyectos de valores como la educación emocional, el acoso escolar, contra la violencia de género, pero también proyectos basados en la evidencia y sus fases, proyectos artísticos, sanitarios, deportivos, de idiomas, de excelencia y otros.

Este programa capacita al alumno en el análisis situacional y la problemática educativa, la exploración diagnóstica, los indicadores educativos, los diferentes problemas a nivel educativo, de infraestructura, socioeconómicos, administrativos e institucionales.

Este **Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en planificación y gestión económica-financiera de proyectos educativos. Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Novedades sobre Alteraciones visuales y rendimiento escolar
- Contiene ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Con especial hincapié en metodologías innovadoras en planificación y gestión económica-financiera de proyectos educativos
- Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Actualiza tus conocimientos a través del programa de Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos”

Este Experto Universitario puede ser la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de actualización por dos motivos: además de poner al día tus conocimientos en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos, obtendrás un título de Experto Universitario por TECH Universidad Tecnológica"

Aumenta tu seguridad en la toma de decisiones actualizando tus conocimientos a través de este Experto Universitario.

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos y mejorar la capacitación de tus alumnos.

Incluye en su cuadro docente profesionales pertenecientes al ámbito de la planificación y gestión económica-financiera de proyectos educativos que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas pertenecientes a sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa está basado en el aprendizaje basado en problemas, mediante el cual el educador deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso. Para ello, el educador contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en el campo de la planificación y gestión económica-financiera de proyectos educativos y con gran experiencia docente.



02

Objetivos

El Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos está orientado a facilitar la actuación del profesional dedicado a trabajar en el ámbito educativo.





Este Experto Universitario está orientado para que consigas actualizar tus conocimientos en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos, con el empleo de la última tecnología educativa, para contribuir con calidad y seguridad a la toma de decisiones y seguimiento de tus alumnos"

Objetivos generales

- Conocer los elementos más importantes del proyecto educativo
- Formar a personas del ámbito educativo con el fin de mejorar los proyectos educativos que utilicen, o para elaborar un proyecto innovador de creación propia o basado en la evidencia
- Estudiar cada una de las fases de programación e implementación de un proyecto educativo
- Analizar los factores esenciales a tener en cuenta en la programación e implementación de un proyecto educativo
- Conseguir una visión global de todo el proceso y no solamente una posición sesgada
- Entender la función de cada uno de los agentes educativos en cada fase de la programación e implementación del proyecto educativo
- Profundizar en los factores esenciales de éxito del proyecto educativo
- Convertirse en un experto para dirigir o participar en un proyecto educativo de calidad

Aprovecha la oportunidad y da el paso para ponerte al día en las últimas novedades en planificación y gestión económica-financiera de proyectos"



Objetivos específicos

Módulo 1. Tipos de proyectos educativos

- Conocer los tipos de proyectos educativos más comunes en los centros educativos
- Descubrir los proyectos educativos más innovadores del momento
- Entender la variedad de posibilidades de la programación e implementación de proyectos educativos
- Analizar los proyectos educativos de ámbito tecnológico más comunes e innovadores
- Estudiar los proyectos educativos basados en las metodologías más innovadoras
- Comprender los proyectos educativos centrados en valores que mejoran diversos factores del proceso de enseñanza-aprendizaje
- Determinar el concepto de Proyectos Basados en la Evidencia

Módulo 2. Beneficios de la implementación de un proyecto educativo

- Aprender a desarrollar un proyecto basado en la evidencia en todas sus fases
- Conocer los proyectos educativos artísticos más importantes e innovadores
- Descubrir los proyectos educativos de ámbito sanitario más necesarios en un centro educativo
- Analizar los proyectos educativos deportivos que pueden interesar a los centros
- Entender los tipos de proyectos educativos de aprendizaje de idiomas

Módulo 3. Planificación y gestión económico-financiera de proyectos educativos

- Comprender los términos más importantes sobre marketing educativo
- Conocer los aspectos básicos necesarios para una publicidad eficiente de un proyecto educativo
- Descubrir la necesidad de marketing en la implementación de un proyecto educativo en un centro
- Analizar el proceso de planificación comercial
- Aprender las fases necesarias para el análisis, establecimiento de objetivos, diseño de estrategias y evaluación en lo relativo al ámbito de marketing del proyecto educativo
- Investigar la segmentación de mercados y clientes
- Identificar las necesidades de los clientes para diseñar un marketing eficaz y realista
- Desarrollar las técnicas apropiadas para el posicionamiento y construcción de la marca personal

Módulo 4. Marketing y publicidad de un proyecto educativo

- Indagar sobre la creatividad publicitaria en los proyectos educativos
- Aprender a crear anuncios en el ámbito digital
- Analizar todos los ámbitos necesarios en el ámbito del marketing y de la publicidad en lo relativo a la oferta educativa
- Descubrir las redes sociales más importantes que deben ser usadas en el marketing y publicidad del proyecto educativo
- Conocer el proceso de uso de cada una de ellas para llegar a una eficacia óptima
- Investigar las fases de desarrollo de campañas publicitarias del proyecto educativo
- Aprender a crear y gestionar estrategias de marketing para empresas de Servicios
- Comprender todos los ámbitos necesarios relativos a las estrategias de marketing
- Analizar el proceso de evaluación de la rentabilidad de las campañas

03

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en planificación y gestión económica-financiera de proyectos que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo. Además participan, en su diseño y elaboración, otros expertos de reconocido prestigio que completan el programa de un modo interdisciplinar.





Aprende de profesionales de referencia, los últimos avances en los procedimientos en el ámbito de la planificación y gestión económica-financiera de proyectos”

Dirección



D. Pattier Bocos, Daniel

- Cargo: Especialista en innovación educativa
- Investigador y docente universitario de la Facultad de Educación de la Universidad Complutense de Madrid
- Finalista del premio al Mejor Docente de España en los Premios Educa Abanca

Profesores

Sr. Lozano Morote, María

- Cargo: Experta en gestión de proyectos educativos
- Abogada, MBA, mediadora y experta en gestión de proyectos educativos
- Actualmente trabaja como administradora de proyectos educativos en una Fundación Educativa española

D. Ortiz Gómez, Juan Saunier

- Cargo: Profesor especialista en liderazgo educativo en centros en proceso de cambio e innovación
- Experto en gestión y dirección de centros educativos
- Profesor de secundaria y bachillerato, con experiencia como director general de un centro educativo

Dña. Martin Arteaga, Andrea Carolina

- Cargo: Comunity manager especialista en investigacción del mercado
- Doctorado Curricular en Ciencias Pedagógicas. Instituto Pedagógico Latinoamericano y Caribeño (IPLAC). "Identidad UBEVISTA"
- Licenciatura Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad del Zulia
- Diplomado en Educación Universitaria. Instituto Pedagógico Latinoamericano y del Caribeño
- Convenio Cuba Venezuela (IPLAC)
- Especialidad en Fotografía, Escuela Nacional de Artes Platicas Julio Arraga


cost
profit
150
112.5
75
37.5
0
2010
2011
2012
2013
2014
2015
profit
cost

04

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales de los mejores centros educativos y universidades del territorio nacional, conscientes de la relevancia de la actualidad de la capacitación innovadora, y comprometidos con la enseñanza de calidad mediante las nuevas tecnologías educativas.





Este Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos, contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado"

Módulo 1. Tipos de proyectos educativos

1.1. Proyectos tecnológicos
- 1.1.1. Realidad virtual
- 1.1.2. Realidad aumentada
- 1.1.3. Realidad mixta
- 1.1.4. Pizarras digitales
- 1.1.5. Proyecto iPAD o tablet
- 1.1.6. Móviles en el aula
- 1.1.7. Robótica educativa
- 1.1.8. Inteligencia artificial
- 1.1.9. *E-learning* y educación online
- 1.1.10. Impresoras 3D

1.2. Proyectos metodológicos
- 1.2.1. Gamificación
- 1.2.2. Educación basada en juegos
- 1.2.3. *Flipped classroom*
- 1.2.4. Aprendizaje basado en proyectos
- 1.2.5. Aprendizaje basado en problemas
- 1.2.6. Aprendizaje basado en el pensamiento
- 1.2.7. Aprendizaje basado en competencias
- 1.2.8. Aprendizaje cooperativo
- 1.2.9. *Design thinking*
- 1.2.10. Metodología Montessori
- 1.2.11. Pedagogía musical
- 1.2.12. Coaching educativo

1.3. Proyectos de valores
- 1.3.1. Educación emocional
- 1.3.2. Proyectos contra el acoso escolar
- 1.3.3. Proyectos de apoyo a asociaciones
- 1.3.4. Proyectos a favor de la paz
- 1.3.5. Proyectos a favor de la no discriminación
- 1.3.6. Proyectos solidarios
- 1.3.7. Proyectos contra la violencia de género
- 1.3.8. Proyectos de inclusión
- 1.3.9. Proyectos interculturales
- 1.3.10. Proyectos de convivencia

1.4. Proyectos basados en la evidencia
- 1.4.1. Introducción a los proyectos basados en la evidencia
- 1.4.2. Análisis previo
- 1.4.3. Determinación del objetivo
- 1.4.4. Investigación científica
- 1.4.5. Elección del proyecto
- 1.4.6. Contextualización local o nacional
- 1.4.7. Estudio de viabilidad
- 1.4.8. Implementación del proyecto basado en la evidencia
- 1.4.9. Seguimiento del proyecto basado en la evidencia
- 1.4.10. Evaluación del proyecto basado en la evidencia
- 1.4.11. Publicación de resultados

1.5. Proyectos artísticos
- 1.5.1. LOVA (La Ópera como Vehículo de Aprendizaje)
- 1.5.2. Teatro
- 1.5.3. Proyectos musicales
- 1.5.4. Coro y orquesta
- 1.5.5. Proyectos sobre la infraestructura del centro
- 1.5.6. Proyectos de artes visuales
- 1.5.7. Proyectos de artes plásticas
- 1.5.8. Proyectos de artes decorativas
- 1.5.9. Proyectos callejeros
- 1.5.10. Proyectos centrados en la creatividad

1.6. Proyectos sanitarios
- 1.6.1. Servicios de enfermería
- 1.6.2. Proyectos de alimentación saludable
- 1.6.3. Proyectos dentales
- 1.6.4. Proyectos oftalmológicos
- 1.6.5. Plan de primeros auxilios
- 1.6.6. Plan de emergencia
- 1.6.7. Proyectos con entidades externas de marco sanitario
- 1.6.8. Proyectos de aseo personal

1.7. Proyectos deportivos
- 1.7.1. Construcción o remodelación de zonas de juego
- 1.7.2. Construcción o remodelación de espacios deportivos
- 1.7.3. Creación de clubes deportivos
- 1.7.4. Clases extraescolares
- 1.7.5. Proyectos de deportes individuales
- 1.7.6. Proyectos de deportes colectivos
- 1.7.7. Competiciones deportivas
- 1.7.8. Proyectos con entidades externas de marco deportivo
- 1.7.9. Proyectos de generación de hábitos saludables

1.8. Proyectos de idiomas
- 1.8.1. Proyectos de inmersión lingüística en el propio centro
- 1.8.2. Proyectos de inmersión lingüística local
- 1.8.3. Proyectos de inmersión lingüística internacional
- 1.8.4. Proyectos de fonética
- 1.8.5. Auxiliares de conversación
- 1.8.6. Profesores nativos
- 1.8.7. Preparación para exámenes oficiales de idiomas
- 1.8.8. Proyectos de motivación al aprendizaje de idiomas
- 1.8.9. Proyectos de intercambio

1.9. Proyectos de excelencia
- 1.9.1. Proyectos de mejora de la lectura
- 1.9.2. Proyectos de mejora del cálculo
- 1.9.3. Proyectos de mejora de idiomas extranjeros
- 1.9.4. Colaboración con entidades de prestigio
- 1.9.5. Concursos y premios
- 1.9.6. Proyectos para evaluaciones externas
- 1.9.7. Conexión con empresas
- 1.9.8. Preparación para pruebas estandarizadas de reconocimiento y prestigio
- 1.9.9. Proyectos de excelencia en la cultura y el deporte
- 1.9.10. Publicidad

1.10. Otros proyectos de innovación
- 1.10.1. *Outdoor education*
- 1.10.2. Youtubers e influencers
- 1.10.3. *Mindfulness*
- 1.10.4. Tutoría entre iguales
- 1.10.5. Método RULER
- 1.10.6. Huertos escolares
- 1.10.7. Comunidad de aprendizaje
- 1.10.8. Escuela democrática
- 1.10.9. Estimulación temprana
- 1.10.10. Rincones de aprendizaje

Módulo 2. Beneficios de la implementación de un proyecto educativo

2.1. Para el centro como institución: identidad, estilo y presencia
- 2.1.1. Grupos que conforman un centro escolar: la institución, los alumnos y sus familias, los educadores
- 2.1.2. El proyecto educativo es una realidad viva
- 2.1.3. Dimensiones definitorias del proyecto educativo
  - 2.1.3.1. Hacia la tradición. La identidad/carácter propio, la misión
  - 2.1.3.2. Hacia el futuro. El estilo, la visión
  - 2.1.3.3. El vínculo tradición-futuro: La presencia, los valores
- 2.1.4. Honestidad y coherencia
- 2.1.5. Identidad. El desarrollo actualizado de su misión (carácter propio)
- 2.1.6. Estilo. De la imagen de lo que se quiere hacer (visión) a la forma de hacerlo
- 2.1.7. Presencia. La realización práctica de unos valores
- 2.1.8. Las tres dimensiones del proyecto educativo como referentes estratégicos

2.2. Para los alumnos y sus familias
- 2.2.1. La imagen del centro dice de su proyecto educativo
- 2.2.2. Dimensiones relacionales del proyecto educativo
  - 2.2.2.1. Hacia los destinatarios internos de la acción educativa: los alumnos
  - 2.2.2.2. Hacia los compañeros externos de la acción educativa: las familias

2.2.3. Comunicación y coherencia
2.2.4. Dimensiones comunicativas esenciales de un proyecto educativo
2.2.5. Identidad. Una formación integral con fundamento, arraigada en una tradición
2.2.6. Estilo. El aprendizaje de conocimientos y habilidades en el ámbito de la formación del carácter
2.2.7. Presencia. La educación de ciudadanos de hoy con impronta
2.2.8. Las tres dimensiones del proyecto educativo como bases del Marketing escolar
2.2.9. Relación clientelar y pertenencia

2.3. Para los educadores: profesores y resto del personal
2.3.1. Los educadores como *stakeholders*
2.3.2. Los educadores, piedra angular de un proyecto educativo
2.3.3. Capital humano, capital social y capital decisorio
2.3.4. La imprescindible participación de los educadores en la conformación del proyecto educativo
2.3.5. Clima y coherencia
2.3.6. Proyecto, cambio y personas: no es posible regular los tres
2.3.7. Identidad. Claridad en las intenciones educativas y en la identidad del educador
2.3.8. Estilo. Conformación de una forma de presencia, unos principios metodológicos y unas prácticas didácticas comunes
2.3.9. Presencia. Establecimiento de prioridades educativas, estructuras organizativas, necesidades de formación
2.3.10. Las tres dimensiones del proyecto educativo como ejes de la gestión de los recursos humanos

2.4. Para el impulso motor del centro. 1: mejora en el estilo directivo
2.4.1. Principales dinamizadores de un centro educativo: el estilo directivo, los líderes y el alineamiento colectivo
2.4.2. Proyecto educativo y dirección del centro
2.4.3. El directivo líder como referente moral
2.4.4. El estilo directivo como referente pedagógico
2.4.5. ¿Puede hablarse de un proyecto directivo?
2.4.6. Elementos del estilo directivo dependientes del proyecto educativo
2.4.6.1. Las estructuras organizativas
2.4.6.2. El estilo de la dirección
2.4.6.3. La posibilidad de otros liderazgos
2.4.6.4. Las formas de participación y delegación
2.4.7. Adecuación de las estructuras organizativas a la identidad, estilo y presencia del centro
2.4.8. El desarrollo paulatino de una cultura directiva local

2.5. Para el impulso motor del centro: 2. Generación de líderes
2.5.1. Los directivos como líderes
2.5.2. Los tres capitales del líder –humano, social y decisorio– y el proyecto educativo
2.5.3. Haciendo aflorar el talento
2.5.4. Capacidad, compromiso y servicio
2.5.5. Proyecto educativo, flexibilidad organizativa y liderazgo
2.5.6. Proyecto educativo, procesos de innovación y liderazgo
2.5.7. Proyecto educativo, creatividad y liderazgo
2.5.8. Caminando hacia una función docente en clave de liderazgo
2.5.9. Educando personas líderes

2.6. Para el impulso motor del centro: 3. Alineamiento con la misión-visión-valores
2.6.1. La necesidad de alineamiento
2.6.2. Principales obstáculos para el alineamiento
2.6.3. El líder como alineador
2.6.4. El aprendizaje permanente como educador: el desarrollo de líneas competenciales propias
2.6.5. De la mochila docente a los hábitos docentes compartidos
2.6.6. Proyecto educativo y desarrollo de una cultura profesional docente
2.6.7. Contar con recursos para una evaluación auténtica
2.6.8. La valoración de la calidad del servicio educativo
2.6.8.1. Realidad local
2.6.8.2. Carácter sistémico
2.6.8.3. Prioridad absoluta de las actividades de enseñanza-aprendizaje



2.7. Para el avance educativo: 1. Adaptación al alumnado, a las metodologías activas y a la demanda del entorno
- 2.7.1. La importancia de las finalidades educativas
- 2.7.2. La importancia del conocimiento científico sobre el modo en el que aprendemos
- 2.7.3. ¿Cómo se manifiesta la evolución de un centro?
- 2.7.4. Concentración en los procesos de crecimiento
- 2.7.5. Concentración en los procesos de aprendizaje sistemático
- 2.7.6. Priorización de las metodologías activas: lo importante es aprender
- 2.7.7. Priorización de la enseñanza situada
- 2.7.8. Adecuación a la demanda del entorno
- 2.7.9. Más allá de las necesidades actuales: un proyecto educativo con "visión de futuro"
- 2.7.10. Proyecto educativo e investigación operativa

2.8. Para el avance educativo. 2. Mejora del ambiente de convivencia, aprendizaje y trabajo. Sostenibilidad
- 2.8.1. El proyecto educativo como base de un adecuado clima escolar
- 2.8.2. Proyecto educativo y convivencia
- 2.8.3. Proyecto educativo y estilo de aprendizaje
- 2.8.4. Proyecto educativo y organización del trabajo
- 2.8.5. El acompañamiento directivo
- 2.8.6. La sostenibilidad del trabajo en un centro educativo
- 2.8.7. Elementos de sostenibilidad
  - 2.8.7.1. El plan estratégico de centro
  - 2.8.7.2. Los indicadores de calidad prácticos
  - 2.8.7.3. El sistema de evaluación global
  - 2.8.7.4. La tradición educativa propia

2.9. Para el avance educativo. 3. Relación con el entorno, otros centros de la zona o de la misma red
- 2.9.1. Contar con un perfil propio y una voz reconocible en el entorno
- 2.9.2. Abrirse a la realidad circundante
  - 2.9.2.1. Conociendo el entorno
  - 2.9.2.2. Interactuando con él

2.9.3. La identificación con otros centros de la misma institución o zona
2.9.4. Del aprendizaje entre iguales en el aula al aprendizaje entre centros
2.9.5. Las experiencias compartidas
2.9.6. Proyecto marco institucional y proyecto educativo propio
2.9.6.1. El marco común
2.9.6.2. Diferentes necesidades y sensibilidades
2.9.6.3. Qué aporta la dialéctica global-local al proyecto educativo propio
2.9.7. Proyecto educativo propio y marco legal
2.10. Para el avance educativo. 4. Profundización en el ideario y estilo
2.10.1. Ideario, misión, carácter propio. Tres vocablos complementarios
2.10.2. La misión fundamenta las líneas básicas del proyecto educativo
2.10.3. El proyecto educativo desarrolla el carácter propio
2.10.4. El alineamiento entre el proyecto educativo y el Ideario
2.10.5. La conformación de un estilo de hacer y reflexionar en educación
2.10.6. Las actualizaciones del proyecto educativo actualizan la perspectiva propia desde la que se abordan nuevas realidades
2.10.7. Es necesario volver periódicamente a reflexionar sobre los fundamentos
2.10.8. Ideario, proyecto educativo y transmisión de una tradición educativa

Módulo 3. Planificación y gestión económico-financiera de proyectos educativos

3.1. Análisis situacional y problemática educativa
3.1.1. Exploración diagnóstica
3.1.2. Indicadores educativos
3.1.3. El problema educativo
3.1.4. Problemas de infraestructura
3.1.5. Problemas socio económicos
3.1.6. Problemas administrativos e institucionales
3.1.7. Problemas ambientales
3.1.8. Problemas históricos culturales
3.1.9. Análisis causa-efecto
3.1.10. Análisis D.A.F.O
3.2. Introducción a la planificación y gestión económico-financiera de proyectos educativos
3.2.1. Preparación y evaluación de proyectos
3.2.2. La toma de decisiones asociadas con un proyecto
3.2.3. Tipología de los proyectos
3.2.4. La evaluación de proyectos
3.2.5. Evaluación social de proyectos
3.2.6. Los proyectos en la planificación del desarrollo
3.2.7. Alcances del estudio de proyectos
3.2.8. El estudio técnico del proyecto
3.2.9. El estudio del mercado
3.2.10. Estudio organizacional y financiero
3.3. Estructura económica y estudio de mercado educativo
3.3.1. Estructura del mercado
3.3.2. Demanda de producto educativo
3.3.3. Determinación de precios
3.3.4. La oferta
3.3.5. El mercado del proyecto
3.3.6. Objetivo y etapas del estudio de mercado
3.3.7. El consumidor
3.3.8. La estrategia comercial
3.3.9. Análisis del medio
3.3.10. La demanda
3.4. Técnicas de proyección y estimación de costos
3.4.1. La proyección
3.4.2. Métodos de proyección
3.4.3. Métodos cualitativos y causales
3.4.4. Modelo de series de tiempo
3.4.5. Información de costos
3.4.6. Costos diferenciales y futuros
3.4.7. Elementos relevantes de costos
3.4.8. Funciones de costos a corto plazo
3.4.9. Análisis de costo-volumen-utilidad
3.4.10. Costos contables y costo de I.V.A. (Impuesto al Valor Agregado)

3.5. Antecedentes económicos de estudio técnico y determinación de tamaño
- 3.5.1. Alcances del estudio y proceso de producción
- 3.5.2. Economías de escala
- 3.5.3. Modelo de Lange
- 3.5.4. Inversiones en equipamiento
- 3.5.5. Balance personal y elección de alternativas tecnológicas
- 3.5.6. Factores que influyen en el tamaño del proyecto
- 3.5.7. La economía del tamaño
- 3.5.8. La optimización del tamaño
- 3.5.9. Tamaño de un proyecto con mercado creciente
- 3.5.10. Tamaño de un proyecto con demanda constante

3.6. Decisiones de localización y efectos económicos organizacionales
- 3.6.1. Estudio y factores de localización
- 3.6.2. Métodos de evaluación por factores no cuantificables
- 3.6.3. Método cualitativo por puntos
- 3.6.4. El método de Brown y Gibson
- 3.6.5. Maximización del valor actual neto
- 3.6.6. El estudio de la organización del proyecto
- 3.6.7. Los efectos económicos de las variables organizacionales
- 3.6.8. Inversión en organización
- 3.6.9. Los costos de la operación administrativa
- 3.6.10. Relevancia de los sistemas administrativos en la preparación y evaluación de proyectos

3.7. El marco legal y las inversiones del proyecto
- 3.7.1. La relevancia del marco legal
- 3.7.2. Consideraciones económicas del estudio legal
- 3.7.3. Algunos efectos económicos del estudio legal
- 3.7.4. El ordenamiento jurídico de la organización social
- 3.7.5. Inversiones previas a la puesta en marcha
- 3.7.6. Inversión en capital de trabajo
- 3.7.7. Método contable
- 3.7.8. Método del período de desfase
- 3.7.9. Método del déficit acumulado máximo
- 3.7.10. Inversiones durante la operación

3.8. Beneficios del proyecto y construcción de flujos de caja
- 3.8.1. Los tipos de beneficios
- 3.8.2. Valores de desecho
- 3.8.3. Políticas de precio
- 3.8.4. Análisis de rentabilidad para la fijación de precios
- 3.8.5. Elementos del flujo de caja
- 3.8.6. Estructura de un flujo de caja
- 3.8.7. Flujo de caja del inversionista
- 3.8.8. Flujos de caja de proyectos en empresas en marcha
- 3.8.9. El EBITDA
- 3.8.10. Otras consideraciones

3.9. Criterios de evaluación de proyectos y tasa de descuento
- 3.9.1. El criterio del valor actual neto (VAN)
- 3.9.2. El criterio de la tasa interna de retorno (TIR)
- 3.9.3. Otros criterios de decisión
- 3.9.4. Efectos de la inflación en la evaluación del proyecto
- 3.9.5. El costo de capital
- 3.9.6. El costo de la deuda
- 3.9.7. El costo del capital propio o patrimonial
- 3.9.8. Modelo de los precios de los activos de capital para determinar el costo del patrimonio
- 3.9.9. Tasa promedio de las empresas versus CAPM
- 3.9.10. El problema de agencia

3.10. Análisis de riesgo y sensibilidad
- 3.10.1. Consideraciones preliminares
- 3.10.2. Modelo unidimensional de la sensibilización del VAN
- 3.10.3. Modelo multidimensional de la sensibilización del VAN, simulación de Monte Carlo
- 3.10.4. Usos y abusos de la sensibilidad
- 3.10.5. Preparación y evaluación social de proyectos
- 3.10.6. Costos y beneficios sociales
- 3.10.7. Incidencia de los efectos indirectos o las externalidades
- 3.10.8. Incidencia de los efectos intangibles
- 3.10.9. Incidencia de la tasa social de descuento
- 3.10.10. Evaluación privada y social

Módulo 4. Marketing y publicidad de un proyecto educativo

4.1. Introducción al Marketing
- 4.1.1. Introducción al Marketing
- 4.1.2. Necesidades del Marketing
- 4.1.3. Evolución del concepto de Marketing
- 4.1.4. Nuevas tendencias en Marketing
- 4.1.5. Del Marketing transacional al Marketing relacional
- 4.1.6. La responsabilidad social corporativa
- 4.1.7. El Marketing
  - 4.1.7.1. Marketing 1.0
  - 4.1.7.2. Marketing 2.0
  - 4.1.7.3. Marketing 3.0
  - 4.1.7.4. Marketing 4.0
- 4.1.8. El Marketing holístico

4.2. Planificación comercial
- 4.2.1. La planificación estratégica corporativa y la planificación de Marketing
- 4.2.2. El plan de Marketing en la empresa
- 4.2.3. Fase 1: Análisis de la situación
  - 4.2.3.1. Análisis del mercado
  - 4.2.3.2. Microentorno
  - 4.2.3.3. Macroentorno
  - 4.2.3.4. Análisis interno
- 4.2.4. Fase 2: Establecimiento de objetivos
- 4.2.5. Fase 3: Diseño de estrategias
  - 4.2.5.1. El producto
  - 4.2.5.2. El precio
  - 4.2.5.3. La distribución
  - 4.2.5.4. La comunicación
- 4.2.6. Fase 4: Evaluación, organización, implantación y control de la estrategia
  - 4.2.6.1. Evaluación de la estrategia comercial
  - 4.2.6.2. Organización del departamento de Marketing e implantación de la estrategia comercial
  - 4.2.6.3. Control de la estrategia comercial (feedback)



4.3. Segmentación de mercados y clientes
- 4.3.1. Mejorar la eficacia de las acciones de Marketing mediante una correcta segmentación de clientes
- 4.3.2. Diferenciar los leads de las campañas para dirigir los esfuerzos a quienes van a comprar los productos
- 4.3.3. Seleccionar los mercados y los públicos que mejor se ajustan a los productos / servicios y características de su empresa
- 4.3.4. Identificar las necesidades de sus clientes y diseñar un mix de Marketing eficaz para satisfacerlas
- 4.3.5. Obtener una alta ventaja competitiva, así como generar oportunidades de crecimiento para su empresa
- 4.3.6. Saber cuáles son las variables que deben formar parte de mi programa de segmentación
- 4.3.7. Qué beneficios lleva consigo la implantación de un programa de segmentación
- 4.3.8. Incorporar la segmentación en el proceso comercial y de Marketing de la compañía

4.4. Posicionamiento y construcción de la marca personal
- 4.4.1. Cómo se genera el denominado valor de marca
- 4.4.2. Claves para una correcta gestión de la marca tanto online como offline
- 4.4.3. Elementos que componen la marca y qué características deben cumplir
- 4.4.4. Características, ventajas e inconvenientes de las diferentes estrategias existentes para la gestión de marcas
- 4.4.5. Estrategias adecuadas para mejorar el posicionamiento del producto o servicio mediante la marca y su comunicación

4.5. Creatividad publicitaria y nueva forma de comunicación en la empresa
- 4.5.1. Qué es la creatividad y cuáles son las mejores condiciones para crear
- 4.5.2. Qué se necesita para llegar a la idea
- 4.5.3. Cómo funciona el pensamiento del creativo publicitario
- 4.5.4. Cómo se estructura un mensaje publicitario
- 4.5.5. Cómo generar *publicity*
- 4.5.6. Cómo crear anuncios en el ámbito digital
- 4.5.7. Cuáles son las principales razones por las que es necesario contar con una marca
- 4.5.8. Qué diferencias hay entre el logotipo y la marca

4.6. Oferta educativa
- 4.6.1. El proyecto educativo
- 4.6.2. Ideario
- 4.6.3. Servicios extra
- 4.6.4. Uso de diferentes materiales
- 4.6.5. Certificaciones
- 4.6.6. Diferencias de tu oferta educativa
- 4.6.7. Metodología
- 4.6.8. Personal docente
- 4.6.9. Instalaciones
- 4.6.10. Servicios anexos. (Ubicación y vías de acceso)

4.7. Redes sociales
- 4.7.1. Campaña en Facebook ADS
  - 4.7.1.1. Crear campañas persuasivas y de alto impacto, conduciendo al cliente por todo el recorrido de compra y utilizando los objetivos de campaña adecuados
  - 4.7.1.2. Aprovechar al 100% la plataforma de Facebook, conociendo su estructura y funcionamiento
  - 4.7.1.3. Crear anuncios en diferentes formatos de Facebook, conociendo su estructura y funcionamiento
  - 4.7.1.4. Preparar una presentación cubriendo todos los procesos de venta
  - 4.7.1.5. Crear y optimizar su página de Facebook para conseguir los mejores resultados
  - 4.7.1.6. "Espiar" a la competencia y utilizarla de referencia para mejorar sus productos y servicios
  - 4.7.1.7. Controlar el ROI de tu campaña y aumentar así los resultados
- 4.7.2. Campaña en Twitter ADS
  - 4.7.2.1. Objetivo
  - 4.7.2.2. Audiencia
  - 4.7.2.3. Pujas
  - 4.7.2.4. Presupuesto
  - 4.7.2.5. Creatividades
  - 4.7.2.6. Análisis de tu campaña

4.7.3. Campaña en Instagram
4.7.3.1. Contenidos
4.7.3.2. Optimiza tu perfil
4.7.3.3. Utilización de *hashtags*
4.7.3.4. Fomentar la participación
4.7.3.5. Muestra experiencias de clientes
4.7.3.6. Instagram para los eventos
4.7.4. Campañas de email Marketing
4.7.5. Campañas de WhatsApp
4.7.6. Las Apps
4.7.7. Blog
4.8. Creación y gestión de la estrategia de Marketing para empresas de servicios
4.8.1. Qué es marketing de servicios y las estrategias, metodologías y herramientas
4.8.2. Aspectos distintivos del Marketing de servicios
4.8.3. Plan de Marketing de servicios
4.8.4. Posicionamiento en el marcado de servicio de manera exitosa
4.8.5. Analizar el comportamiento de los clientes en las empresas de servicios
4.9. Estrategias de Marketing
4.9.1. Introducción
4.9.2. Decisiones sobre producto
4.9.2.1. Dimensiones del producto
4.9.2.2. Decisiones sobre la cartera de productos
4.9.2.3. Creación de nuevos productos
4.9.2.4. El ciclo de vida del producto
4.9.3. Decisiones sobre precio
4.9.3.1. Políticas y estrategias de fijación de precios
4.9.3.2. Factores determinantes de la política de fijación de precios
4.9.3.3. Estrategias de fijación de precios





4.9.4. Decisiones sobre distribución
4.9.4.1. Decisiones relacionadas con la gestión de la distribución
4.9.5. Decisiones sobre comunicación
4.9.5.1. La venta personal
4.9.5.2. La promoción de ventas
4.9.5.3. Las relaciones públicas
4.9.5.4. La publicidad
4.9.5.5. Otros instrumentos de comunicación
4.10. Marketing *metrics*: análisis de la rentabilidad de las campañas
4.10.1. Utilidad de las distintas métricas en función del tipo de compañía, su estrategia y sus objetivos
4.10.2. Principales indicadores que se utilizan para medir el resultado de las actividades comerciales y de Marketing de las empresas
4.10.3. La importancia de valorar las acciones de Marketing que se desarrollan en la empresa, a efectos de su gestión y mejora
4.10.4. Evitar el uso inadecuado de las métricas
4.10.5. Utilizar las métricas en Marketing a efectos de valorar la rentabilidad, eficiencia y eficacia de los programas

Una experiencia de capacitación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional"

05

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 Education School empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación concreta, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos simulados, basados en situaciones reales en los que deberá investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método.

Con TECH el educador, docente o maestro experimenta una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo.



Se trata de una técnica que desarrolla el espíritu crítico y prepara al educador para la toma de decisiones, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones.

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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



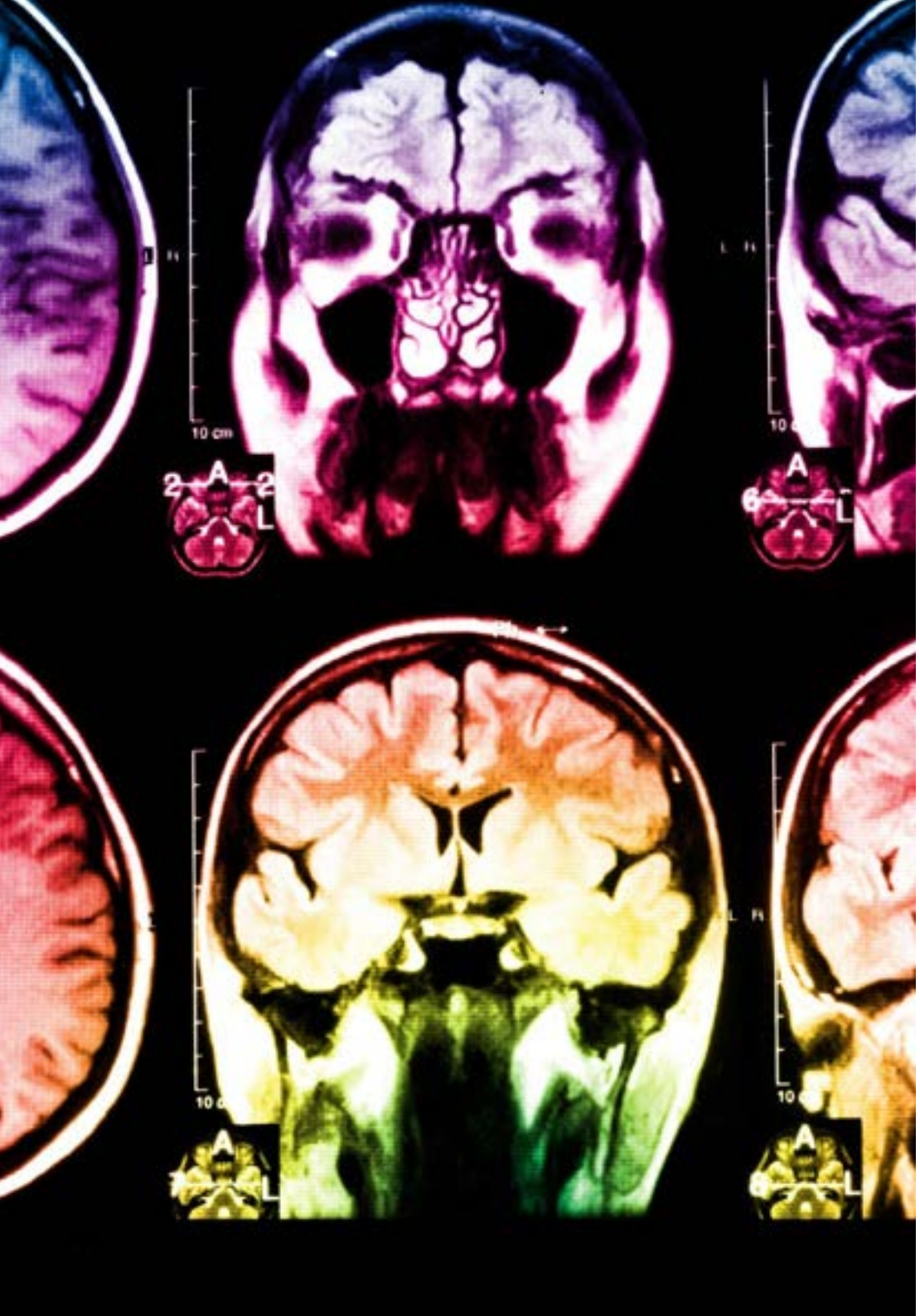
Relearning Methodology

TECH potencia el uso del método del caso de Harvard con la mejor metodología de enseñanza 100% online del momento: el Relearning.

Esta universidad es la primera en el mundo que combina el estudio de casos con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina un mínimo de 8 elementos diferentes en cada lección, y que suponen una auténtica revolución con respecto al simple estudio y análisis de casos.

El educador aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de software de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.





Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología se han capacitado más de 85.000 educadores con un éxito sin precedentes en todas las especialidades. Nuestra metodología pedagógica está desarrollada en un entorno de máxima exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico medio-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.

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene nuestro sistema de aprendizaje es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.

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

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los educadores especialistas que van a impartir el programa universitario, 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.

Técnicas y procedimientos educativos en video

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, con los últimos avances educativos, al primer plano de la actualidad en Educación. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para su asimilación y comprensión. Y lo mejor, puedes verlos las veces que quieras.

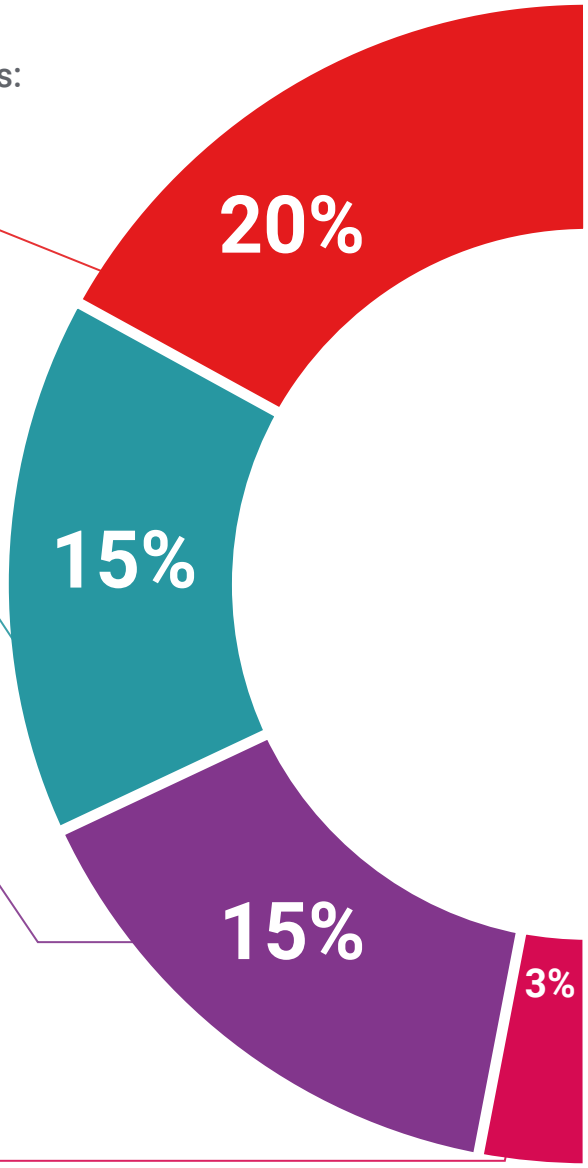
Resúmenes interactivos

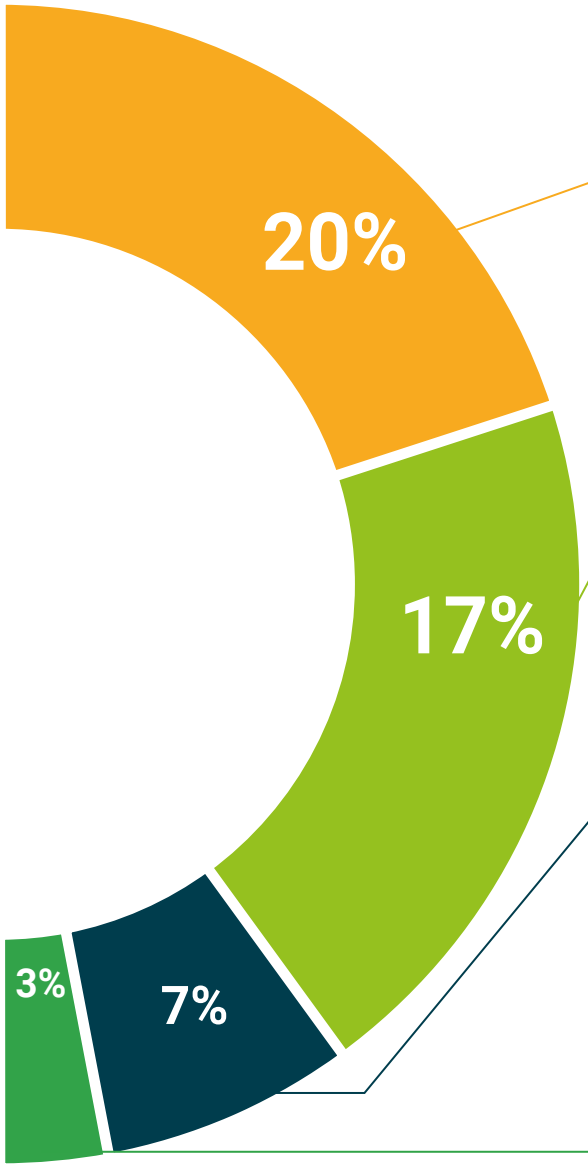
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

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.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto guiará al alumno a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.

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.

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.

Guías rápidas de actuación

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

06

Titulación

El Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe una titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites

Este **Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos** 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 **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Experto Universitario en Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos**

N.º Horas Oficiales: **600 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

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 600 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

*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

Experto Universitario
Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**

Experto Universitario

Planificación y Gestión Económica-Financiera de Proyectos



tech universidad tecnológica