Máster Título Propio

MBA en Dirección de Compras

MBADC



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
MBA en Dirección de Compras

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Dirigido a: **titulados superiores y profesionales con experiencia demostrable.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-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. 18

06 Estructura y contenido — pág. 22

07 Metodología — pág. 32

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 40

09 Dirección del curso — pág. 44

10 Impacto para tu carrera — pág. 48

11 Beneficios para tu empresa — pág. 52

12 Titulación — pág. 56

01

Bienvenida

La significativa transformación del concepto tradicional de las compras en el mundo empresarial actual requiere de una adaptación por parte de las empresas a las demandas y necesidades actuales del sector, profundizando y mejorando sus servicios en los diferentes ámbitos que abarca esta disciplina, como la logística, producción, finanzas, Marketing, proyectos, compras y aprovisionamiento. Con el MBA en Dirección de Compras el estudiante ampliará sus conocimientos sobre la gestión empresarial y contará con las habilidades necesarias para desarrollar estrategias de negociación positivas con proveedores, así como definir las implicaciones financieras de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa.



MBA en Dirección de Compras.
TECH Universidad Tecnológica



Dirige de manera efectiva los procesos de compras y aprovisionamiento de tu empresa y logra mayores beneficios a largo plazo"

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 análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

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

Análisis

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

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

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

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 las capacidades directivas y de liderazgo en la gestión de compras y aprovisionamiento, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en su desarrollo profesional. Tras el programa, será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.





Uno de nuestros objetivos fundamentales es ayudarte a desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente el aprovisionamiento de la empresa"

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos. Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El **MBA en Dirección de Compras** capacitará al alumno para:

01 Definir políticas de compras y aprovisionamiento dentro del marco de la logística integral

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

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

04 Estructurar las necesidades en el ámbito de las compras



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

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



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

08 Elaborar el plan estratégico del departamento de compras

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

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

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en 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.





Las competencias que desarrollarás tras realizar este programa te permitirán lograr el éxito profesional que deseas”

01 Realizar el diagnóstico financiero de la compañía

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

03 Mejorar los procesos en las compras y el aprovisionamiento

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



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

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



07 Realizar y gestionar el performance y la auditoría de compras

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

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

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

06

Estructura y contenido

El MBA en Dirección de Compras es un programa a tu medida que se imparte en formato 100% online para que elijas el momento y lugar que mejor se adapte a tu disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases para su éxito profesional, buscando siempre una mejora continua en cuanto a su capacitación.





El esfuerzo a nivel educativo se verá recompensado en el ámbito profesional. Por ello, debes seguir siempre buscando una actualización de tus conocimientos”

Plan de estudios

El MBA Dirección de Compras de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara al estudiante para afrontar decisiones en la comunicación empresarial. 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 1.500 horas de estudio, el estudiante analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un conocimiento superior en la materia que podrá aplicar, posteriormente, a su labor diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

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

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

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 3 grandes bloques:

Bloque 1 *Management Core*

- **Módulo 1** *Management* y liderazgo
- **Módulo 2** Logística y gestión económica
- **Módulo 3** Investigación de mercados
- **Módulo 4** Gestión de proyectos y calidad para compradores

Bloque 2 Dirección compras y estrategia

- **Módulo 5** Función de compras y aprovisionamiento
- **Módulo 6** Gestión estratégica de compras
- **Módulo 7** *Supplier Relationship Management*

Bloque 3 Expansión internacional, RSC y auditoría

- **Módulo 8** Impacto socio-ecológico
- **Módulo 9** *Global Sourcing*
- **Módulo 10** *Performance* y auditoría



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA Dirección de Compras de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

Primer bloque: *Management Core*

Módulo 1. *Management* y liderazgo

1.1. *General Management*
1.1.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
1.1.2. Política de gestión y procesos
1.1.3. *Society and Enterprise*

1.2. Dirección estratégica
1.2.1. Establecer la posición estratégica: misión, visión y valores
1.2.2. Desarrollo de nuevos negocios
1.2.3. Crecimiento y consolidación de la empresa

1.3. Estrategia competitiva
1.3.1. Análisis del mercado
1.3.2. Ventaja competitiva sostenible
1.3.3. Retorno de la inversión

1.4. Estrategia corporativa
1.4.1. *Driving Corporate Strategy*
1.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
1.4.3. *Framing Corporate Strategy*

1.5. Planificación y estrategia
1.5.1. Relevancia de la dirección estratégica en el proceso de control de gestión
1.5.2. Análisis del entorno y la organización
1.5.3. *Lean Management*

1.6. Gestión del talento
1.6.1. Gestión del capital humano
1.6.2. Entorno, estrategia y métrica
1.6.3. Innovación en la gestión de personas

1.7. Desarrollo directivo y liderazgo
1.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
1.7.2. Motivación
1.7.3. Inteligencia emocional
1.7.4. Reuniones eficaces

1.8. Gestión del cambio
1.8.1. Análisis del rendimiento
1.8.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
1.8.3. Gestión de procesos de cambio
1.8.4. Gestión de equipos multiculturales

1.9. Negociación
1.9.1. Negociación intercultural
1.9.2. Enfoques para la negociación
1.9.3. Técnicas de negociación efectiva
1.9.4. La reestructuración

Módulo 2. Logística y gestión económica

2.1. Diagnóstico financiero
2.1.1. Indicadores para el análisis de los estados financieros
2.1.2. Análisis de la rentabilidad
2.1.3. Rentabilidad económica y financiera de una empresa

2.2. Análisis económico de decisiones
2.2.1. Control presupuestario
2.2.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo
2.2.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial

2.3. Valoración de inversiones y *Portfolio Management*
2.3.1. Rentabilidad de los proyectos de inversión y la creación de valor
2.3.2. Modelos para la evaluación de proyectos de inversión
2.3.3. Análisis de sensibilidad, elaboración de escenarios y árboles de decisión

2.4. Gestión financiera para dirección de compras
2.4.1. Efecto multiplicador de las compras en los beneficios
2.4.2. Rentabilidad y reducción de costes
2.4.3. Coste de oportunidad de los activos

2.5. Control económico de las compras
2.5.1. KPI, indicadores claves de gestión de compras
2.5.2. Impacto en costes totales de la gestión adecuada de KPI
2.5.3. Cuadro de mando económico y de control de las compras

2.6. Gestión de almacenes, stock y logística
2.6.1. Dirección de logística de compras
2.6.2. Gestión de stocks
2.6.3. Gestión de almacenes

2.7. *Supply Chain Management*
2.7.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
2.7.2. Cambio en los patrones de demanda
2.7.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

2.8. Procesos logísticos
2.8.1. Organización y gestión por procesos.
2.8.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
2.8.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
2.8.4. Servicio posventa

2.9. Logística y clientes
2.9.1. Análisis de demanda y previsión
2.9.2. Previsión y planificación de ventas
2.9.3. *Collaborative Planning Forecasting and Replacement*

2.10. Logística internacional
2.10.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
2.10.2. Formas y medios de pago internacional
2.10.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

Módulo 3. Investigación de Mercados

3.1. Nuevo entorno competitivo
3.1.1. Innovación tecnológica e impacto económico
3.1.2. Sociedad del conocimiento
3.1.3. El nuevo perfil del consumidor

3.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
3.2.1. Variables y escalas de medida
3.2.2. Fuentes de información
3.2.3. Técnicas de muestreo
3.2.4. Tratamiento y análisis de los datos

3.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
3.3.1. Técnicas directas: *Focus Group*
3.3.2. Técnicas antropológicas
3.3.3. Técnicas indirectas
3.3.4. *Two Face Mirror* y método Delphi

3.4. Segmentación de mercados
3.4.1. Tipologías de mercado
3.4.2. Concepto y análisis de la demanda
3.4.3. Segmentación y criterios
3.4.4. Definición de público objetivo

3.5. Tipos de comportamiento de compra
3.5.1. Comportamiento complejo
3.5.2. Comportamiento reductor de disonancia
3.5.3. Comportamiento de búsqueda variada
3.5.4. Comportamiento habitual de compra

3.6. Sistemas de información de Marketing
3.6.1. Enfoques conceptuales del sistema de información en Marketing
3.6.2. *Data Warehouse and Data Mining*
3.6.3. Sistemas de información geográfica

3.7. Gestión de proyectos de investigación
3.7.1. Herramientas de análisis de información
3.7.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
3.7.3. Evaluación de viabilidad de proyectos

3.8. *Marketing Intelligence*
3.8.1. *Big Data*
3.8.2. Experiencia de usuario
3.8.3. Aplicación de técnicas

Módulo 4. Gestión de proyectos y calidad para compradores

4.1. *Lean Management*
4.1.1. Principios básicos de *Lean Management*
4.1.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
4.1.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

4.2. Herramientas *Lean* para la gestión de proyectos
4.2.1. Herramientas de mejora de calidad
4.2.2. Herramientas de mejora de costes
4.2.3. Herramientas de mejora de plazos
4.2.4. Herramientas de mejora de implicación de personal

4.3. Aplicación práctica de la gestión *Lean*: principios y reglas básicas
4.3.1. Identificación del despilfarro en compras y *Procurement*
4.3.2. Aplicación práctica de las 4 reglas *Lean*
4.3.3. Definición unívoca de subprocesos mediante SIPOC

4.4. *Lean Six Sigma* en procesos de compras
4.4.1. Maximizar el valor mediante el enfoque de mejora DMAIC
4.4.2. Diagnóstico de la capacidad de los procesos y potencial de mejora
4.4.3. Utilización de métricas de proceso y de resultado en *Procurement*

4.5. Gestión de la calidad en proyectos
4.5.1. Planificación de proyectos con base en requisitos y especificaciones
4.5.2. Requerimientos del cliente y evaluación competitiva
4.5.3. Objetivos, relaciones y correlaciones
4.5.4. Análisis modal de fallos y efectos

4.6. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos
4.6.1. *Total Quality Management*
4.6.2. *Six Sigma* como sistema global de gestión empresarial
4.6.3. Modelo EFQM

4.7. Mapa de la cadena de valor en procesos de compras
4.7.1. Identificación de objetivos concretos de mejora
4.7.2. Ajuste y balanceo de procesos para reducir tiempos de no-valor y optimizar recursos

Segundo bloque: Dirección de compras y estrategia

Módulo 5. Función de compras y aprovisionamiento

5.1. Compras y cadena de valor
5.1.1. Misión, objetivo y estructura del departamento de compras y aprovisionamiento
5.1.2. Componentes principales del departamento de compras
5.1.3. Compras y flujo logístico de la empresa
5.1.4. Gestión de indicadores, cuadro de mando

5.2. Desarrollo de la estrategia de Compras
5.2.1. Pliegos de condiciones de compra
5.2.2. Gestión de entradas, pedidos y albaranes
5.2.3. Gestión de incidencias e inventario

5.3. Análisis de precios, costes y valor de la compra
5.3.1. *Category Management*
5.3.2. Sistemas RFP y RFQ
5.3.3. Índices internacionales para la fijación de precios
5.3.4. Fijación dinámica de precios

5.4. Gestión de riesgos en compras
5.4.1. Naturaleza del riesgo
5.4.2. Riesgos en el mercado de suministros
5.4.3. Seguros
5.4.4. Riesgos de precios, volatilidad

5.5. *E-procurement*
5.5.1. *E-business y E-sourcing*
5.5.2. Subastas y subastas inversas
5.5.3. Costes de aplicación y sistemas más empleados
5.5.4. *E-purchaising*

5.6. Compras en diferentes industrias y sectores
5.6.1. Compra de servicios
5.6.2. Compra de bienes de equipos
5.6.3. Compra de *Merchandising,* Marketing, publicidad
5.6.4. IT, transportes y otros sectores
5.6.5. Compra en el sector público

Módulo 6. Gestión estratégica de compras

6.1. Gestión estratégica de compras
6.1.1. Nuevos retos en la gestión de compras, *Sourcing* y aprovisionamiento
6.1.2. Función de compras en la empresa y en la cadena de suministro
6.1.3. Función de compras como proveedora de recursos
6.1.4. Aspectos legales de la función de compras

6.2. *Lean Management* en los procesos de compras
6.2.1. *Lean Buying*
6.2.2. *Outsourcing* en la SCM
6.2.3. *Lean Supplying*

6.3. Diseño de la estrategia de compras
6.3.1. Externalización
6.3.2. Subcontratación de procesos
6.3.3. Globalización
6.3.4. Deslocalización

6.4. *Outsourcing-Insourcing*
6.4.1. Modelos y procesos de compras
6.4.2. Modelos de segmentación
6.4.3. Rol del *e-Procurement*

6.5. Aprovisionamiento estratégico
6.5.1. Selección de proveedores y estrategia
6.5.2. Generación de valor desde el aprovisionamiento estratégico
6.5.3. Operadores logísticos en aprovisionamiento

6.6. Diseño y gestión de almacenes
6.6.1. Diseño avanzado de almacenes
6.6.2. *Picking* y *Sorting*
6.6.3. Control de flujo de materiales

6.7. *Lean Warehouse*
6.7.1. Fundamentos de *Lean Warehousing*
6.7.2. Sistemas manejo de inventario
6.7.3. Radiofrecuencia en diseño de almacenes

6.8. Gestión del transporte y la distribución
6.8.1. Coordinación entre transporte y almacenaje
6.8.2. Zonas de actividades logísticas, ZAL
6.8.3. Normativas y convenios del transporte aéreo y terrestre de mercancías

6.9. Logística interna
6.9.1. Cálculo de necesidades
6.9.2. Tipología de almacenes en un sistema JIT
6.9.3. Suministros Douki Seisan
6.9.4. *Lean Materials Handling*

Módulo 7. *Supplier Relationship Management*

7.1. Planificación de la búsqueda de proveedores
7.1.1. Proceso de oferta y desarrollo de criterios
7.1.2. Identificación de los potenciales proveedores
7.1.3. Selección de proveedores

7.2. Criterios de selección de proveedores
7.2.1. Criterios económicos
7.2.2. Criterios de calidad
7.2.3. Otros criterios

7.3. Gestión de la relación con el proveedor
7.3.1. Ética en las relaciones
7.3.2. Planificar la contratación
7.3.3. Adquisición de servicios

7.4. Integración de proveedores en la cadena de valor
7.4.1. Fases del proceso de integración
7.4.2. Riesgos y parámetros de control
7.4.3. Seguimiento
7.4.4. Ruptura de la integración

7.5. Derecho mercantil
7.5.1. El contrato de compraventa
7.5.2. Pagos y morosidad
7.5.3. Garantías de cumplimiento
7.5.4. Responsabilidad por daños causados por productos defectuosos
7.5.5. Contratos de alquiler

7.6. Derecho laboral
7.6.1. Contrata de obras y servicios
7.6.2. Responsabilidad solidaria laboral
7.6.3. Responsabilidad subsidiaria de seguridad social
7.6.4. Prevención de riesgos laborales

7.7. Derecho fiscal
7.7.1. Responsabilidades fiscales en la subcontratación
7.7.2. Repercusiones fiscales de las compras

7.8. Gestión y administración del contrato
7.8.1. Negociación y puesta en marcha
7.8.2. Monitorización y control de resultados
7.8.3. Cierre del contrato

Tercer bloque: Expansión internacional, RSC y auditoría

Módulo 8. Impacto socio-ecológico

8.1. Responsabilidad Social Corporativa
8.1.1. Visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa
8.1.2. Sistemas y modelos para la implantación de la RSC
8.1.3. Organización de la RSC
8.1.4. Roles y responsabilidades

8.2. SCM y *Corporate Responsibility*
8.2.1. La creación de valor en una economía de intangibles
8.2.2. RSC: compromiso empresarial
8.2.3. Impacto social, ambiental y económico

8.3. Finanzas e inversión responsables
8.3.1. Transparencia en la información
8.3.2. Financiación e inversión responsable
8.3.3. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa

8.4. Empresa y medioambiente
8.4.1. Desarrollo sostenible
8.4.2. Desarrollo legislativo en la responsabilidad medio ambiental
8.4.3. Respuesta de las empresas ante la problemática ambiental
8.4.4. Residuos y emisiones

8.5. Sistemas y herramientas de gestión responsable
8.5.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social
8.5.2. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral
8.5.3. Auditorías

8.6. Ética empresarial
8.6.1. Comportamiento ético en la empresa
8.6.2. Deontología y códigos éticos
8.6.3. Fraudes y conflictos de interés

Módulo 9. *Global Sourcing*

9.1. Entorno económico global
9.1.1. Fundamentos de la economía global
9.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
9.1.3. *Growth and Development in Emerging Markets*
9.1.4. Sistema monetario internacional

9.2. Adaptación de compras al *Global Sourcing*
9.2.1. Estructura de compras
9.2.2. Necesidad de nuevas aptitudes
9.2.3. Intermediarios

9.3. Gestión de las importaciones
9.3.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
9.3.2. Instituciones y acuerdos de comercio internacional
9.3.3. Legislación aduanera
9.3.4. Dirección de plantas y compras internacionales

9.4. Distribución logística internacional
9.4.1. Plataformas logísticas a nivel internacional
9.4.2. Operador de transporte internacional
9.4.3. *Hubs* y distribución

9.5. Incoterms y gestión documentaria internacional
9.5.1. Exportación o implantación
9.5.2. El contrato de agencia, distribución y compraventa internacional
9.5.3. La propiedad industrial e intelectual
9.5.4. Clasificación arancelaria

9.6. Formas y medios de pago internacional
9.6.1. La elección del medio de pago
9.6.2. El crédito documentario
9.6.3. Garantía bancaria y crédito documentario

9.7. *Internacional Lean Logistics*
9.7.1. Fundamentos *Lean* con aplicación en logística internacional
9.7.2. Principales implicaciones y requerimientos
9.7.3. Otras metodologías de mejora de procesos

Módulo 10. *Performance* y auditoría

10.1. Aspectos generales de los indicadores de gestión empresarial
10.1.1. Funciones de los indicadores de gestión
10.1.2. Panel de Indicadores y *Balance Score Card*
10.1.3. Indicadores logísticos

10.2. Indicadores de compras de materiales de partida
10.2.1. Indicadores de eficacia
10.2.2. Indicadores económicos
10.2.3. Indicadores de relación con clientes internos
10.2.4. Indicadores de efectividad en aprovisionamiento
10.2.5. Indicadores de eficiencia en el aprovisionamiento
10.2.6. Objetivos de Compras

10.3. Indicadores de compras de servicios
10.3.1. Indicadores económicos
10.3.2. Indicadores de efectividad en aprovisionamiento
10.3.3. Indicadores de eficacia
10.3.4. Indicadores de relación
10.3.5. Indicadores de relación con nuestros clientes internos

10.4. Otros indicadores
10.4.1. Indicadores de rendimiento
10.4.2. Indicadores de productividad del equipo de compras

10.5. Auditoría de compras
10.5.1. Política general de auditoría
10.5.2. Objetivos de la auditoría
10.5.3. Alcance de la auditoría sobre los controles de las compras
10.5.4. Auditorías internas, formación, y políticas y procedimientos del contratista

10.6. *Benchmarking* en la gestión de compras
10.6.1. Tipos de *Benchmarking*
10.6.2. Realizar un *Benchmark* en el mercado
10.6.3. Logros y ventajas de la aplicación del *Benchmarking* en un departamento de compras
10.6.4. La medición de la evaluación comparativa



08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Dirección de Compras es un programa dirigido a profesionales especializados en la gestión empresarial, que quieran actualizar sus conocimientos en este campo y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.



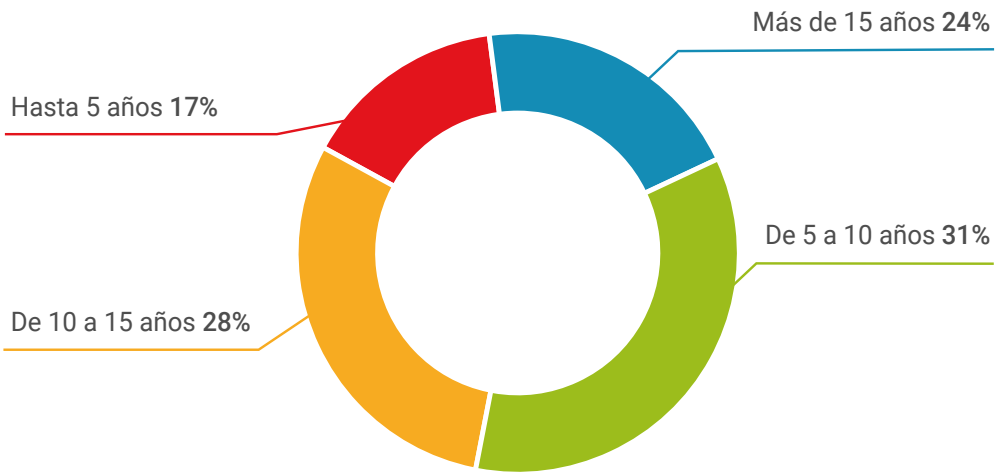


Si buscas especializarte para lograr una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa”

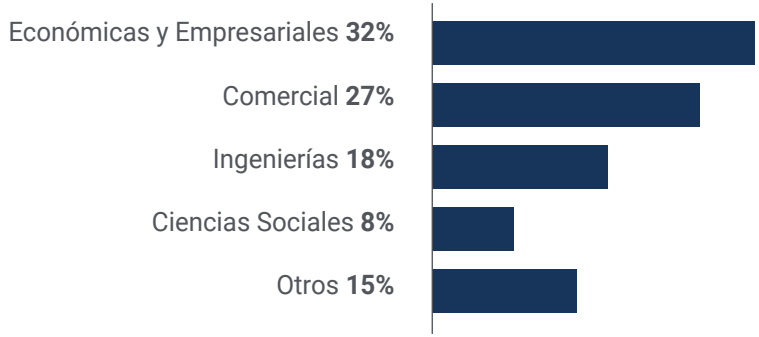
Edad media

Entre **35** y **45** años

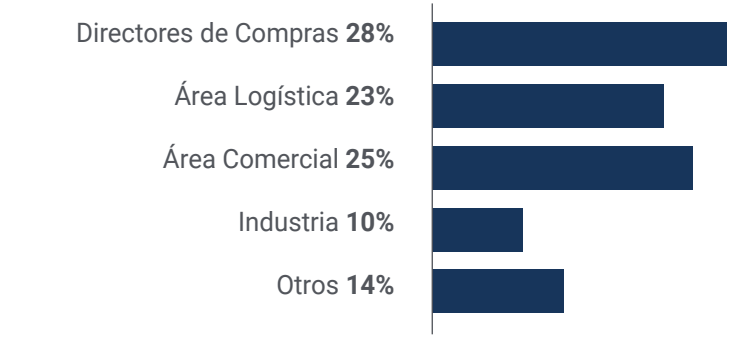
Años de experiencia



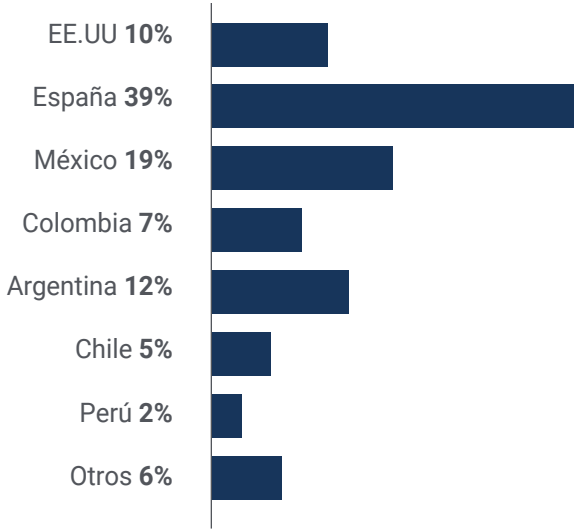
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Santos Rodríguez

Director de compras de una multinacional

"Tras la realización de este programa de TECH comprendí nuevos conceptos y estrategias sobre el campo de la MBA en Dirección de Compras que no estudié durante mis años de carrera. Por ello, es bueno continuar realizando programas de especialización para estar al día sobre las principales novedades del sector"

09

Dirección del curso

En nuestra universidad contamos con profesionales especializados en cada área del conocimiento, que vierten en nuestras capacitaciones la experiencia de su trabajo. Un equipo multidisciplinar y con reconocido prestigio que se ha unido para ofrecerte todo su conocimiento en esta materia.





Nuestro equipo docente, experto en MBA en Dirección de Compras, te ayudará a lograr el éxito en tu profesión"

Dirección



D. Larrosa Guirao, Salvador

- Especialista en Finanzas
- Experto en Investigación de Mercados, Finanzas y Análisis de Riesgos
- Docente Universitario

Profesora

Dña. Gomis Noriega, Silvia

- Especialista en Innovación
- Coordinadora de I+D+i
- Experta en Transformación tecnológica
- Docente



10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente 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, TECH UniversidadTecnológica pone todos sus recursos a su disposición para que adquiera la capacitación que necesitas para continuar con su proceso de aprendizaje y, sobre todo, para que consiga la mejora laboral que desea.





Nuestro principal reto es ayudarte a conseguir una mejora laboral y, por eso, competimos en calidad y profesionalidad"

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

El MBA en Dirección de Compras de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que le prepara para afrontar los retos y decisiones a nivel empresarial. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarle 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.

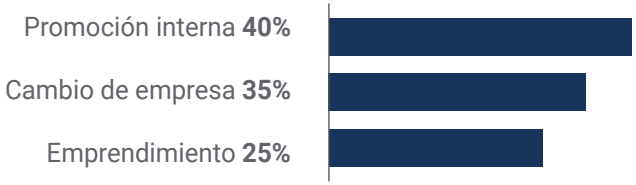
Sumérgete en el estudio de este completísimo máster y consigue ese ascenso que tanto deseas.

Logra una mejora profesional en poco tiempo gracias a esta especialización de calidad que le ofrece TECH Universidad Tecnológica.

Momento del cambio

Durante el programa el	Durante el primer año el	Dos años después el
31%	**35%**	**34%**

Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**



11

Beneficios para tu empresa

El MBA en 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 su capacitación y mejorando sus habilidades directivas. Además, entrar en la comunidad educativa de TECH Universidad Tecnológica supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Ponte al día con las estrategias más efectivas para la MBA en Dirección de Compras, y aplícalas en tu labor diaria"

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 directivo 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 competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

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





Tras terminar tus estudios con nosotros, recibirás tu título avalado por TECH sin necesidad de realizar complicados trámites”

Este **MBA en 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 **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

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

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Compras**

N.º Horas Oficiales: **1.500 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

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Dirección de Compras

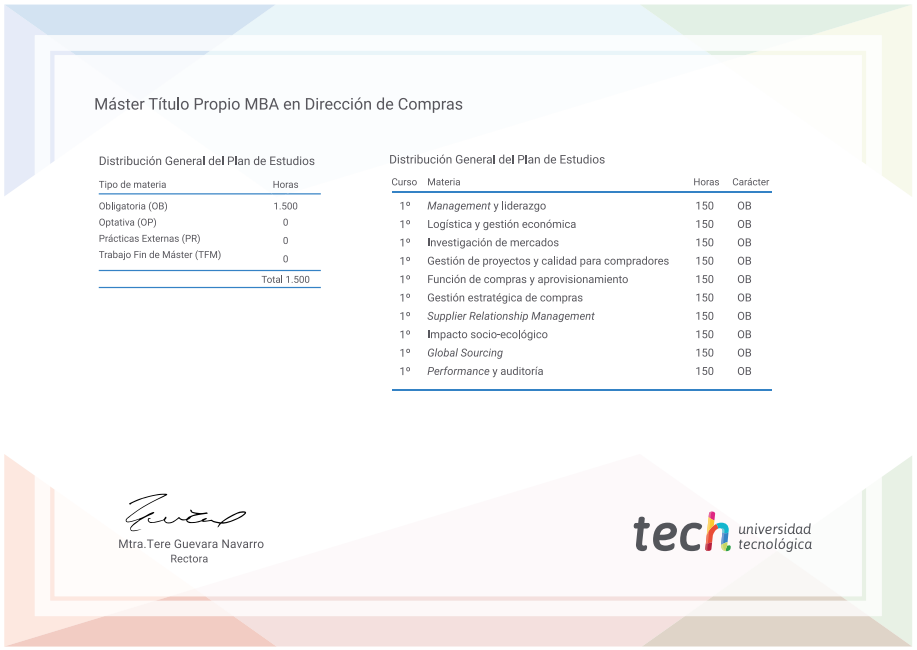
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio MBA en Dirección de Compras

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	*Management* y liderazgo	150	OB
1º	Logística y gestión económica	150	OB
1º	Investigación de mercados	150	OB
1º	Gestión de proyectos y calidad para compradores	150	OB
1º	Función de compras y aprovisionamiento	150	OB
1º	Gestión estratégica de compras	150	OB
1º	*Supplier Relationship Management*	150	OB
1º	Impacto socio-ecológico	150	OB
1º	*Global Sourcing*	150	OB
1º	*Performance* y auditoría	150	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

Máster Título Propio
MBA en Dirección de Compras

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Compras



tech universidad tecnológica