Máster Título Propio
Consultoría de Negocios

MCN



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Consultoría de Negocios

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Dirigido a: **Licenciados, Graduados, Ingenieros, arquitectos y equivalentes, que habiéndose ya iniciado en la carrera profesional de consultoría.**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-consultoria-negocios**

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. 20

06 Estructura y contenido — pág. 24

07 Metodología — pág. 40

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 48

09 Dirección del curso — pág. 52

10 Impacto para tu carrera — pág. 58

11 Beneficios para tu empresa — pág. 62

12 Titulación — pág. 66

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.



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

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"

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 Máster Título Propio ha sido diseñado para ayudar a los expertos de negocios a especializarse en la asesoría y consultoría, desarrollando nuevas competencias profesionales para tener una carrera exitosa en el sector. Tras finalizar el programa, el estudiante estará listo para afrontar nuevos retos dentro de una empresa o comenzar un proyecto independiente, en que preste sus servicios a la industria. De esta forma, estará contribuyendo al desarrollo económico de la sociedad.





El objetivo de este Máster Título Propio es exponer la realidad de la consultoría en la actualidad, permitiéndote entender este entorno y especializarte para dirigir un equipo de inversiones que apueste por el futuro de la empresa"

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

El **Máster Título Propio en Consultoría de Negocios** te capacitará para:

01 Aprender la tipología de servicios que se prestan en consultoría de negocio en función de las tendencias, disrupciones de negocio y tecnológicas y de las necesidades de cambio y adaptación que reclaman las empresas

02 Adquirir una visión completa sobre la realidad de empresas de consultoría de negocio, cómo se organizan, cómo prestan sus servicios, qué profesionales necesitan para desarrollar sus servicios, qué tipos de proyectos realizan y cómo los llevan a cabo desde una perspectiva metodológica

03 Entender el proceso general de planificación estratégica y como el mismo aporta valor a las organizaciones

04 Comprender los elementos de una estructura y metodología de análisis de un sector industrial, o para una empresa. Entendiendo las fuentes de competencia, cadena de suministro, clientes, posibles sustitutos o barrearas de entrada al negocio



05 Dotar a los alumnos del conocimiento esencial sobre la importancia y efectos de la deuda, así como las alternativas a la financiación bancaria y las particularidades de los procesos de refinanciación, tan de actualidad en estos días

06 Conocer las herramientas de valoración y los principales drivers de generación de valor en la empresa



07 Entender las posibilidades de captación de fondos en los mercados de capitales y las implicaciones de las operaciones corporativas de M&A

08 Desde lo más general a lo más particular, el alumno aprenderá a diferenciar entre la estrategia de la empresa y cómo llevarla a su operación

09 Conocer las técnicas y metodologías para el desarrollo de proyectos ligados al análisis y mejora y transformación de procesos detallando aspectos como la optimización, digitalización y robotización de procesos a través de la tecnología, introduciendo aspectos como la minería de procesos, minería de actividades y robotización

10 Entender cómo es un proceso general de venta en consultoría

11 Identificar los diferentes tipos de corporaciones en términos de modelo organizativo

12 Entender cómo la función financiera se organiza en las empresas, y qué modelos operativos existen en las organizaciones empresariales





13 Entender el concepto de innovación, muchas veces malinterpretado

14 Analizar el nuevo papel de la tecnología en la empresa, las nuevas tendencias y su aplicación directa con casos específicos reales

05

Competencias

Este Máster Título Propio preparará a los estudiantes para mejorar sus capacidades y convertirse en expertos consultores de negocio, potenciar sus habilidades para tomar decisiones que impulsen los resultados de una empresa. Así, lograrán avanzar en sus carreras, pudiendo ascender en una organización como CFO (*Chief Financial Officer*) o tomar las riendas de su profesión y comenzar como CEO (*Chief Executive Officer*) de su propia empresa. Todo esto, gracias a un programa estimulante y actualizado, disponible en una modalidad online.





Un consultor de negocios es una persona experta en su sector, capaz de aconsejar y tomar decisiones partiendo de la lógica y datos empíricos"

01 Mejorar las habilidades para escuchar activamente las necesidades de la empresa, entendiendo a todas las partes involucradas en el negocio

02 Desarrollar la capacidad de involucrar a los miembros claves de la organización sin alterar sus funciones diarias

03 Alcanzar objetivos reales y realizar un análisis dinámico entre el negocio y sus clientes

04 Mejorar las habilidades comunicacionales para expresar sus ideas con claridad



05 Usar correctamente los canales de inversión (propios y de terceros), para incluir nuevas tecnologías a una empresa

06 Entender las funciones financieras y los modelos operativos que existen en ellas



07 Usar y extraer información analítica que soporte sus propuestas e investigaciones

08 Ofrecer alternativas validad para la empresa y su entorno, sin olvidarse de la cualidad innovadora, útiles, prácticas y concretas

09 Ser capaz de gestionar cualquier proyecto de transformación tecnológica

10 Poder descomponer le trabajo en fases, actividades y tareas para cumplir con los plazos de los clientes

06

Estructura y contenido

El Máster Título Propio en Consultoría de Negocios es un programa completamente online, el que los profesionales y dueños de empresas que deseen especializarse en el área no deberán de pausar sus actividades diarias para recibir una sesión académica. Por tanto, serán ellos los encargados de determinar el horario y el lugar en el que puedan asumir la carga lectiva del mismo. A lo largo de 12 meses, recibirán una experiencia única y estimulante que servirá de base para su éxito en el mundo empresarial.





¿Quieres ir un paso más allá en tu carrera? ¿Ser un CFO de prestigio? Entonces este programa es para ti. Matricúlate ahora y accede al temario más completo del mercado"

Plan de estudios

En muchas ocasiones las empresas contactan con consultores profesionales para recibir algún tipo de información que les ayude a mejorar sus estrategias de ventas, sus planes de comunicaciones o sus proyecciones anuales. Por eso, esta posición se ha vuelto tan demandada en la actualidad, haciendo que programa como este Máster Título Propio en Consultoría de Negocios de TECH Universidad Tecnológica, se convierta en un referente para todos los interesados en este ámbito.

El contenido que los estudiantes encontrarán en este Máster Título Propio en Consultoría de Negocios, está pensando para favorecer sus competencias directivas y para tomar decisiones que favorezcan a cualquier empresa, teniendo en cuenta un criterio analítico que sustente cualquier plan de desarrollo.

De esta forma, a lo largo de 1.500 horas de capacitación, el estudiante tendrá acceso a múltiples casos prácticos presentados por expertos en el sector. Aprendiendo los fundamentos básicos de este sector, como la tipología de servicios que se presta en consultoría de negocio, teniendo en cuenta las tendencias y campos sociales.

Un plan pensando en la mejora profesional de los estudiantes y que los preparara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la Consultoría de Negocios. Mediante un contenido innovador y basado en las últimas tendencias del mercado, este temario se adapta a las necesidades de los profesionales, presentando una modalidad completamente online.

Este Máster Título Propio se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 10 módulos:

Módulo 1	La consultoría de negocio y la función del consultor
Módulo 2	Estrategia
Módulo 3	*Corporate Finance* y M&A
Módulo 4	Operaciones, procesos y eficiencia
Módulo 5	Marketing y ventas en la consultoría
Módulo 6	Organización, personas y cultura organizativa
Módulo 7	Función financiera
Módulo 8	Innovación
Módulo 9	Tecnología y digitalización
Módulo 10	Gestión integral de proyectos



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Máster Título Propio en Consultoría de Negocios de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la capacitación, el estudiante 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.

Módulo 1. La consultoría de negocio y la función del consultor

1.1. La realidad empresarial a la que se orienta la consultoría de negocio
1.1.1. Clasificación de empresas
1.1.2. La estructura empresarial
1.1.3. Ventajas competitivas y supervivencia empresarial

1.2. Evolución, cambio y transformación
1.2.1. Entorno disruptivo
1.2.2. Palancas de transformación
1.2.3. Aceleradores de cambio

1.3. Tipos de servicios de consultoría
1.3.1. Los servicios de consultoría
1.3.2. Servicios específicos de consultoría de negocio
1.3.3. Una visión de la consultoría por sectores de actividad

1.4. Integración de la consultoría de negocio con otros servicios profesionales
1.4.1. Auditoría
1.4.2. Fiscal / Legal
1.4.3. Riesgos y cumplimiento normativo
1.4.4. Tecnología
1.4.5. Operaciones

1.5. Consultoría interna vs. consultoría externa
1.5.1. Perspectivas y ámbitos de actuación
1.5.2. Motivos para la elección
1.5.3. Capacidades y aceleradores

1.6. Tipología de empresas de prestación de servicios de consultoría
1.6.1. Empresas de consultoría por área de prestación de servicios
1.6.2. Empresas de consultoría especializada
1.6.3. Visión gráfica y tendencias de mercado

1.7. Funciones, habilidades y competencias del consultor
1.7.1. Funciones y Habilidades
1.7.2. Competencias

1.8. Modalidades de contratación
1.8.1. "Proyecto cerrado"
1.8.2. *Time & Materials*
1.8.3. Subcontratación y *Bodyshopping*
1.8.4. Otras modalidades

1.9. Ejecución: fases de la consultoría
1.9.1. Preparación
1.9.2. Análisis y diagnóstico
1.9.3. Plan de acción
1.9.4. Aplicación o implementación
1.9.5. Terminación
1.9.6. Otros conceptos y modalidades: co-definición, "agile"

1.10. Organización de una empresa de consultoría
1.10.1. Dirección
1.10.2. Sectores
1.10.3. Funciones
1.10.4. Por visión geográfica de ámbito de aplicación: local, regional, global

Módulo 2. Estrategia

2.1. La estrategia
2.1.1. Elementos o componentes de la estrategia de negocio
2.1.1.1. Fases del pensamiento estratégico
2.1.1.2. Ambición vs. Exstrategia
2.1.2. Entorno competitivo y análisis sectorial
2.1.2.1. Conceptos y métodos
2.1.2.2. Diferenciadores
2.1.3. Fases de una estrategia
2.1.3.1. Etapas clave en la gestión estratégica de negocios

2.2. El ciclo estratégico
2.2.1. Elementos de la planificación estratégica
2.2.1.1. El análisis sectorial
2.2.1.2. El diagnóstico
2.2.1.3. La proyección
2.2.1.4. Elecciones estratégicas
2.2.2. Definición e implementación de la estrategia
2.2.3. El proceso de revisión de la estrategia: análisis y consideraciones

2.3. El análisis sectorial – las 5 fuerzas de Porter
2.3.1. Competidores
2.3.1.1. Análisis de los competidores
2.3.1.2. Fuente de diferenciación
2.3.2. Proveedores
2.3.2.1. Análisis de principales proveedores
2.3.2.2. Proveedores son críticos para el negocio
2.3.2.3. Alternativas y poder de negociación. Negocio vs. Proveedor
2.3.3. Clientes
2.3.3.1. Análisis de clientes
2.3.3.2. El proceso de compra y los modelos de decisión
2.3.4. Sustitutos
2.3.4.1. Productos, servicios o alternativas de los clientes
2.3.4.2. Posicionamiento en el mercado de las alternativas
2.3.5. Barreras de entrada
2.3.5.1. Análisis de barreras de entrada en relación con el negocio

2.4. El diagnóstico de la organización
2.4.1. Diferenciación competitiva. Análisis del portfolio de productos y servicios
2.4.2. Análisis de rentabilidad, fortalezas y debilidades. Análisis de capacidades en los principales mercados

2.5. La proyección estratégica
2.5.1. Previsiones de mercado y macroeconómicas
2.5.1.1. La macroeconomía y el comportamiento sectorial en los ciclos económicos
2.5.2. El caso base
2.5.2.1. Análisis de situación en caso de no actuar
2.5.2.2. Proyectar un caso base
2.5.2.3. Retar las convicciones
2.5.3. Análisis de tendencias en el mercado
2.5.3.1. Tendencias de sector
2.5.3.2. Tendencias geográficas
2.5.3.3. Innovación
2.5.4. Elaboración de escenarios
2.5.4.1. Hipótesis de entrada a los escenarios
2.5.4.2. Modelado de escenarios
2.5.4.3. El *Stress-test* de los escenarios. La resiliencia estratégica

2.6. Elecciones estratégicas
2.6.1. Creación de un porfolio de iniciativas
2.6.1.1. Crecimiento en negocios core
2.6.1.2. Expansión internacional
2.6.1.3. Nuevas fuentes de crecimiento
2.6.1.4. Mejoras operativas
2.6.2. Priorización de iniciativas
2.6.2.1. Medir el impacto
2.6.2.2. Entender las necesidades de recursos
2.6.2.3. Matrices de priorización
2.6.3. La elección de la estrategia
2.6.3.1. La formulación estratégica *Top-down*
2.6.3.2. La comunicación
2.6.3.3. La medición

2.7. Lanzamiento, implementación y revisión de una estrategia
2.7.1. El lanzamiento de la estrategia
2.7.1.1. Lanzamiento de un programa estratégico
2.7.1.2. La estructura del plan estratégico y sus iniciativas
2.7.1.3. Los responsables de las iniciativas
2.7.1.4. Los objetivos de la estrategia y de las iniciativas
2.7.2. La oficina de estrategia
2.7.2.1. El equipo de una oficina de estrategia
2.7.2.2. El seguimiento de la implementación de la estrategia, el modelo de gobierno
2.7.2.3. Los elementos del éxito de una buena implementación estratégica
2.7.3. La revisión estratégica
2.7.3.1. Los entornos VUCA
2.7.3.2. El proceso de revisión de una estrategia

2.8. La dirección y su rol en la estrategia
2.8.1. La función de la alta dirección en la toma de decisiones estratégicas
2.8.1.1. El rol del CEO
2.8.1.2. El rol de la primera línea N-1
2.8.1.3. El rol del *Middle Management*
2.8.2. La organización
2.8.2.1. Alineamiento estratégico de la organización
2.8.3. La cultura y su importancia en la implementación de la estrategia

2.9. La expansión internacional
2.9.1. Ventajas de las multinacionales
2.9.1.1. Economías de escala
2.9.1.2. Proyección internacional como base de diferenciación
2.9.1.3. Gestión del riesgo global
2.9.2. Expansión a otros mercados
2.9.2.1. Expansión en el negocio core a otros mercados
2.9.2.2. Formas de entrada en otros mercados
2.9.2.3. Localización de actividades
2.9.3. Organización y modelos de expansión

2.10. El crecimiento inorgánico como fuente de valor
2.10.1. Estrategia corporativa vs. Estrategia competitiva
2.10.1.1. Principales fuentes de valor de una estrategia corporativa
2.10.1.2. Crecimiento inorgánico vs. crecimiento orgánico
2.10.2. Crecimiento inorgánico vs. crecimiento orgánico
2.10.2.1. Las sinergias como fuente de valor para una estrategia corporativa vs. La gestión de portafolio
2.10.3. Valoración del éxito o fracaso en los modelos de crecimiento

Módulo 3. *Corporate Finance* y M&A

3.1. *Corporate finance*
3.1.1. Análisis Financiero. NOF, WC, Ratios operativos, financieros y de rentabilidad
3.1.2. Crecimiento sostenible o sin financiación extra
3.1.3. Análisis de Du-pont o del ROE

3.2. El valor del dinero en el tiempo
3.2.1. Valor del dinero en el tiempo
3.2.2. Tipos de *Cash flows*
3.2.3. Tasas de descuento y rentabilidad
3.2.4. Descuento de flujos de caja

3.3. Valoración de empresas y proyectos de inversión
3.3.1. La valoración de empresas
3.3.2. Herramientas de análisis y valoración de proyectos de inversión: VAN, TIR y *Payback*
3.3.3. Métodos de valoración patrimoniales
3.3.4. Valoración mediante multiplicadores
3.3.5. Valoración por DCF
3.3.6. Aspectos avanzados y singularidades en la valoración

3.4. Decisiones sobre financiación
3.4.1. Coste y efectos de la Deuda
3.4.2. Cuánta deuda pedir
3.4.3. Tipo de deuda
3.4.4. Instrumentos de financiación bancaria

3.5. Alternativas a la financiación bancaria
3.5.1. La importancia de la diversificación
3.5.2. El MARF
3.5.3. *Direct Lending*
3.5.4. Financiación participativa
3.5.5. Salida a Bolsa y BME *Growth*

3.6. Refinanciaciones de deuda
3.6.1. Proceso de refinanciación
3.6.2. IBR
3.6.3. Acuerdo de refinanciación
3.6.4. Homologación judicial

3.7. Mercados de capitales
3.7.1. Mercados de renta variable
3.7.2. Mercado de préstamos sindicados
3.7.3. Mercados de bonos
3.7.4. Mercados de híbridos de capital
3.7.5. Mercados de divisas
3.7.6. Productos derivados
3.7.7. *Project Finance*

3.8. Fusiones y adquisiciones (M&A)
3.8.1. Principales motivos de las fusiones y adquisiciones
3.8.2. Cómo es un proceso de M&A
3.8.3. Estructuras de financiación en los procesos de M&A

3.9. *Due diligence* financiera
3.9.1. Fundamentos de una DD Financiera
3.9.2. Revisión de P&L
3.9.3. Revisión de Balance
3.9.4. Revisión de *Cash Flows*
3.9.5. Aspectos relevantes en el proceso

3.10. *Private Equity y Venture Capital*
3.10.1. Tipologías de inversión de un PE
3.10.2. Instrumentación y financiación de operaciones de PE
3.10.3. Mecanismos de retribución al equipo directivo y estructuración del *Equity*

Módulo 4. Operaciones, procesos y eficiencia

4.1. Las operaciones
4.1.1. Estrategia vs. Operaciones
4.1.2. Los actores de las operaciones

4.2. La estructura de las operaciones
4.2.1. Secuencia de actividades
4.2.2. Cadena de diseño
4.2.3. Cadena de valor
4.2.4. Cadena del servicio

4.3. Las Variables de la Operación
4.3.1. Variables de la operación
4.3.2. Análisis de procesos
4.3.3. Análisis de los flujos

4.4. Otras consideraciones sobre las variables de operación
4.4.1. Recursos Humanos
4.4.2. Análisis de sistemas de información
4.4.3. Resolución de conflictos

4.5. Procesos de la empresa
4.5.1. Visión global de procesos
4.5.2. *Frontoffice*
4.5.3. *Backoffice*

4.6. El proceso operativo por excelencia: la cadena de suministro
4.6.1. La cadena de suministro
4.6.2. Retos en la cadena de suministro
4.6.3. Soluciones desde las operaciones

4.7. La eficiencia en los procesos
4.7.1. Procesos críticos
4.7.2. Identificación de áreas de mejora
4.7.3. Indicadores de medición de eficiencia

4.8. La optimización, digitalización y transformación de los procesos
4.8.1. *Business Process Management* (BPM)
4.8.2. Minería de Procesos (*Process Mining*)
4.8.3. Minería de Tareas (*Task Mining*)
4.8.4. Robotización de procesos (RPA)

4.9. Estrategias de externalización y centralización de procesos
4.9.1. BPO vs. CSC en los procesos
4.9.2. Conceptualización de un CSC
4.9.3. Aspectos críticos de un CSC

4.10. La mejora continua en las operaciones
4.10.1. El área de calidad y procesos en la organización
4.10.2. Conseguir la mejora continua
4.10.3. Transformación digital asociada a la mejora continua

Módulo 5. Marketing y ventas en la consultoría

5.1. La función de marketing y ventas en la consultoría
5.1.1. Marketing y posicionamiento
5.1.2. Relación entre marketing y ventas
5.1.3. La venta en la consultoría

5.2. Convertir una idea en una propuesta para el mercado
5.2.1. El proceso
5.2.2. La oferta
5.2.3. Validación y viabilidad
5.2.4. Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM
5.2.5. El cliente target
5.2.6. Caso de mercado

5.3. Estructurando el proceso de venta
5.3.1. La estructura general en el proceso de venta
5.3.2. El *Funnel* de ventas
5.3.3. Fases e hitos de cada parte del proceso

5.4. El proceso de originación
5.4.1. Fuentes de originación
5.4.2. La oportunidad
5.4.3. Siguientes pasos

5.5. Cualificando las oportunidades
5.5.1. El negocio de tu cliente
5.5.2. Cualificación de oportunidades: proceso y criterios
5.5.3. La importancia de generar valor

5.6. Interacción con los diferentes *Stakeholders*
5.6.1. El comprador y el resto de los intervinientes
5.6.2. Interacción con ellos: estrategias
5.6.3. Perfiles de interacción humanos: la importancia de ajustar el mensaje a la audiencia

5.7. Componentes clave de una propuesta
5.7.1. Estructura y contenido mínimo
5.7.2. Resumen ejecutivo
5.7.3. Gestión de alcances y riesgos

5.8. La importancia de la generación de valor en una propuesta al mercado
5.8.1. ¿Cómo hablar del valor?
5.8.2. Diferencia entre valor y precio
5.8.3. Distintos modelos de precios: implicaciones y riesgos

5.9. Proceso de negociación y cierre
5.9.1. Pasos habituales en una negociación
5.9.2. La importancia de generar alternativas
5.9.3. Gestión de riesgos y contractual

5.10. Liderazgo de un proceso de venta
5.10.1. Duración y gestión del proceso de venta
5.10.2. Tecnología en el proceso de venta
5.10.3. Seguimiento del proceso
5.10.4. La importancia del *Feedback*

Módulo 6. Organización, personas y cultura organizativa

6.1. Las organizaciones, tipología y aspectos clave
6.1.1. Taxonomía de organizaciones según tamaño/escala y funciones Gran Corporación vs. mediana empresa
6.1.2. Caso particular: *Start up*

6.2. La función de Recursos Humanos
6.2.1. Enclave en la organización
6.2.2. Principales condicionantes de la función de RR.HH
6.2.2.1. Legales
6.2.2.2. Organizativos
6.2.2.3. Talento
6.2.3. Principales atribuciones

6.3. Departamentos internos
6.3.1. Gestión del talento
6.3.2. Gestión del rendimiento
6.3.3. Formación y Desarrollo
6.3.4. Cultura Corporativa

6.4. Dimensionamiento de departamentos
6.4.1. Cadena de Valor
6.4.2. Gap análisis personas – puestos
6.4.3. Volumen de trabajo y dimensionamiento
6.4.4. Palancas de eficiencia
6.4.4.1. Redefinición del catálogo de servicios
6.4.4.2. Consolidación
6.4.4.3. Automatización
6.4.4.4. Outsourcing

6.5. Productividad, atracción, retención y activación del talento
6.5.1. La productividad
6.5.2. Palancas para productividad
6.5.3. Palancas de atracción, retención y atracción de talento

6.6. Compensación monetaria vs. No monetaria
6.6.1. Modelos de bandas salariales
6.6.2. Modelos de compensación no monetaria
6.6.2.1. Modelo de trabajo
6.6.2.2. Comunidad corporativa
6.6.2.3. Imagen de la empresa
6.6.3. Compensación monetaria vs. No monetaria

6.7. Cultura Corporativa
6.7.1. Alineamiento de Cultura y objetivos estratégicos
6.7.2. Estructura de un proyecto tipo
6.7.3. La Cultura Corporativa y su implementación

6.8. Gestión del Cambio
6.8.1. Componentes de análisis en la gestión del cambio
6.8.2. Importancia de la gestión del cambio en proyectos complejos
6.8.3. Estructura de un proyecto tipo

6.9. Transformación en entornos corporativos complejos
6.9.1. La Transformación
6.9.2. Estructura de un proyecto tipo
6.9.3. Facilitadores de la transformación

6.10. Transformación vs. gestión del Cambio
6.10.1. Principales diferencias en proyecto
6.10.2. Rol gestor del cambio vs. gestor de la Transformación
6.10.3. Herramientas de gestión

Módulo 7. Función financiera

7.1. La Función financiera

7.1.1. Las funciones habituales y el rol del Director Financiero
7.1.2. Estructura organizativa de la función financiera
7.1.3. Retos y tendencias de la función financiera
  7.1.3.1. Retrospectiva de la función financiera
  7.1.3.2. Hacia una función financiera más ágil
  7.1.3.3. Facilitadores clave

7.2. Finanzas operativas

7.2.1. Finanzas vs. contabilidad
7.2.2. Contabilidad financiera
  7.2.2.1. Masas patrimoniales
  7.2.2.2. Balance
  7.2.2.3. Cuenta de resultados
  7.2.2.4. *Cash Flow*
  7.2.2.5. Ratios operativos: ROE, ROA
  7.2.2.6. Necesidades operativas de fondos
  7.2.2.7. Fondo de maniobra
7.2.3. Claves en el análisis del balance
7.2.4. Claves de análisis de cuenta de resultados

7.3. Contabilidad analítica

7.3.1. Taxonomía de costes
7.3.2. Tipos de imputación de costes
  7.3.2.1. Coste estándar
  7.3.2.2. Modelos analíticos
7.3.3. Tipos de modelos analíticos
  7.3.3.1. *Direct costing*
  7.3.3.2. *Full costing*
  7.3.3.3. *Activity Based Costing*

7.4. Tesorería y riesgos financieros

7.4.1. La función de tesorería
7.4.2. Modelo organizativo y de gobierno de la función de tesorería
7.4.3. Funciones
  7.4.3.1. *Working Capital Management*
  7.4.3.2. *Cash Flow Management*
  7.4.3.3. *Liquidity Management*
7.4.4. Tendencias
7.4.5. Sistemas y aplicaciones relacionados con la función de tesorería
7.4.6. Informes de tesorería
  7.4.6.1. Estructura de los informes de tesorería
  7.4.6.2. Clasificación de los distintos tipos de cobros y pagos
  7.4.6.3. El presupuesto de cobros y pagos
  7.4.6.4. Optimización de los superávits de tesorería
  7.4.6.5. Conclusiones prácticas de gestión de la empresa

7.5. *Corporate Performance Management* (CPM)

7.5.1. Planificación estratégica financiera
  7.5.1.1. Proceso
  7.5.1.2. Buenas prácticas
  7.5.1.3. Modelos (estructura, circulante, deuda/capital, fiscal, otros)
7.5.2. Presupuesto
  7.5.2.1. Dimensiones del presupuesto
  7.5.2.2. Técnicas presupuestarias
  7.5.2.3. Problemas habituales
7.5.3. Consolidación
  7.5.3.1. Taxonomía societaria en consolidación sociedad matriz
  7.5.3.2. Soc. Dependiente
  7.5.3.3. Soc. Multigrupo
  7.5.3.4. Soc. Asociada
  7.5.3.5. Métodos de consolidación
    7.5.3.5.1. Global
    7.5.3.5.2. Proporcional
    7.5.3.5.3. Puesta en equivalencia
  7.5.3.6. Etapas del proceso
    7.5.3.6.1. Homogeneizar
    7.5.3.6.2. Agregar
    7.5.3.6.3. Ajustar
    7.5.3.6.4. Informes
7.5.4. Problemas habituales

7.6. *Reporting* financiero

7.6.1. El Dato
7.6.2. Fuentes de información
7.6.3. Tipología de soluciones de *Reporting*
7.6.4. Metodologías de implementación
7.6.5. Beneficios esperados

7.7. Adaptación de la función financiera a la nueva era digital

7.7.1. Tendencias
  7.7.1.1. Gestión del talento y diseño organizativo
  7.7.1.2. Procesos digitales / Automatización
  7.7.1.3. Sistemas ERP de nueva generación
  7.7.1.4. Cloud y SaaS
  7.7.1.5. Internet de las Cosas
  7.7.1.6. *Blockchain*
  7.7.1.7. *Big Data & Analytics*
7.7.2. Retos de la dirección financiera
7.7.3. Soluciones
  7.7.3.1. Estrategia, integración, transformación de la función
  7.7.3.2. Eficiencia y automatización (RPA / Inteligencia artificial)
  7.7.3.3. *Performance Improvement*
  7.7.3.4. Gestión de tesorería
  7.7.3.5. Gobierno y control interno

7.8. Modelos organizativos y operativos de la función financiera

7.8.1. Modelos de organización de la función financiera
7.8.2. Centralización vs. descentralización
7.8.3. Centralización: introducción a diferentes modelos
  7.8.3.1. *Shared Services Center* (SSC)
  7.8.3.2. *Multi-Function Shared Services* (MFSS)
  7.8.3.3. *Global Business Sevices* (GBS)
  7.8.3.4. *Integrated busines services* (IBS)
  7.8.3.5. *Business Process Outsoucing* (BPO)

7.9. Gobierno y control interno

7.9.1. La función del control interno
7.9.2. Control interno sobre la información financiera
7.9.3. Marco de referencia
7.9.4. Sistema de control interno sobre la información financiera
7.9.5. La labor de supervisión y la función del Comité de Auditoría

7.10. Consultoría de la función financiera

7.10.1. Consultoría para la función financiera en función del área de actuación
7.10.2. Tipología de proyectos
7.10.3. Organización de proyectos de consultoría financiera

Módulo 8. Innovación

8.1. La Innovación

8.1.1. La innovación
- 8.1.1.1. Innovación y errores de concepto
- 8.1.1.2. Premisas básicas de la innovación
- 8.1.1.3. Redefinición de la innovación

8.1.2. Errores comunes
- 8.1.2.1. Caer en la trampa de la consistencia y el compromiso
- 8.1.2.2. Confundir problemas técnicos con problemas de innovación
- 8.1.2.3. Desarrollar soluciones tácticas para problemas estratégicos y viceversa

8.2. Pensamiento y cultura Innovadora

8.2.1. El talento necesario para innovar
- 8.2.1.1. El mito del experto
- 8.2.1.2. En la variedad está el éxito
- 8.2.1.3. El talento de las empresas innovadoras
- 8.2.1.4. Perfil ideal del director de innovación de una empresa

8.2.2. La Cultura colaborativa
- 8.2.2.1. Sin colaboración no existe la innovación
- 8.2.2.2. Hacia una cultura de colaboración
- 8.2.2.3. Valores

8.2.3. Modelos para sembrar una cultura de innovación

8.3. Las habilidades blandas como motor de la Innovación

8.3.1. La revolución de las habilidades blandas
- 8.3.1.1. La revolución 4.0
- 8.3.1.2. La revolución blanda
- 8.3.1.3. Las habilidades blandas
- 8.3.1.4. Habilidades blandas vs. habilidades duras

8.3.2. Las habilidades blandas
- 8.3.2.1. Las habilidades blandas necesarias para la innovación
- 8.3.2.2. Desarrollo de habilidades blandas para innovar en ti
- 8.3.2.3. Desarrollo de habilidades blandas para innovar en los negocios

8.4. Ecosistemas de innovación

8.4.1. El ecosistema de innovación
- 8.4.1.1. La triple y cuádruple hélice
- 8.4.1.2. Protagonistas de los ecosistemas de innovación
- 8.4.1.3. Construcción de un ecosistema de innovación para un negocio

8.4.2. Innovación abierta
- 8.4.2.1. Beneficios y debilidades de los distintos modelos
- 8.4.2.2. Cuando y cuanto conviene abrir la innovación
- 8.4.2.3. Ejemplos

8.4.3. Principales Herramientas de Innovación colaborativa
- 8.4.3.1. Herramientas análogas
- 8.4.3.2. Herramientas digitales
- 8.4.3.3. Proceso de elección para el negocio

8.5. Sistema de Innovación empresarial

8.5.1. Sistemas de innovación
- 8.5.1.1. La importancia del tamaño
- 8.5.1.2. El sistema de innovación, un traje a medida para nuestra organización
- 8.5.1.3. Tipos de sistemas de innovación

8.5.2. El ciclo de innovación
- 8.5.2.1. El método científico
- 8.5.2.2. Fases del ciclo de innovación
- 8.5.2.3. Gestión del fracaso

8.5.3. Elementos fundamentales de un sistema
- 8.5.3.1. Gestión del conocimiento
- 8.5.3.2. Medir la innovación
- 8.5.3.3. Financiar la innovación

8.6. Identificación de problemas y oportunidades de Innovación

8.6.1. Identificación de problemas
- 8.6.1.1. Problemas operativos y estratégicos
- 8.6.1.2. Clasificación de problemas
- 8.6.1.3. Cómo elaborar un mapa de problemas

8.6.2. Priorización de Problemas
- 8.6.2.1. Descartando problemas técnicos
- 8.6.2.2. La matriz de priorización
- 8.6.2.3. Ejercicios grupales

8.6.3. Disección de problemas y definición de retos
- 8.6.3.1. Problemas vs. retos
- 8.6.3.2. Disección de problemas
- 8.6.3.3. Definición de retos
- 8.6.3.4. Dimensionamiento de retos (potencial retorno)

8.7. Desarrollo de soluciones innovadoras

8.7.1. Diseño de soluciones innovadoras
- 8.7.1.1. Técnicas de creatividad
- 8.7.1.2. *Building Blocks* para innovar
- 8.7.1.3. Entrenamiento en creatividad

8.7.2. Identificación de riesgos
- 8.7.2.1. Riesgos de generación
- 8.7.2.2. Riesgos de mercado
- 8.7.2.3. Riesgos financieros
- 8.7.2.4. Matriz de priorización de soluciones hipotéticas

8.7.3. Experimentación y Validación iterativa
- 8.7.3.1. Razonamiento para experimentar y no encuestar
- 8.7.3.2. Diseño de pruebas y experimentos según tipo de riesgo
- 8.7.3.3. Medición de resultados, análisis, conclusiones e iteración

8.8. Estrategias de Innovación en el Sector Público

8.8.1. Estrategias y tácticas Públicas de Innovación
- 8.8.1.1. Políticas Públicas de Fomento de la Innovación
- 8.8.1.2. Acciones públicas para el impulso de la Innovación
- 8.8.1.3. Beneficios tributarios o financieros

8.8.2. Sistemas y planes de Innovación regionales
- 8.8.2.1. Diagnóstico regional de innovación
- 8.8.2.2. Foco de un sistema o plan de innovación regional
- 8.8.2.3. Diseño de sistemas y planes de innovación regionales

8.8.3. Entidades públicas de fomento a la innovación
- 8.8.3.1. Otris
- 8.8.3.2. Centros de investigación públicos
- 8.8.3.3. Parques de innovación públicos
- 8.8.3.4. Empresas públicas innovadoras

8.9. Desarrollos Urbanos Sostenibles Innovadores e Inteligentes (*Smart Cities*)

8.9.1. Fomento de la Innovación en el desarrollo sostenible e inteligente
8.9.1.1. La innovación como motor del desarrollo sostenible
8.9.1.2. Estrategias nacionales de desarrollo sostenible
8.9.1.3. Impactos buscados
8.9.2. La Innovación de las Ciudades Inteligentes
8.9.2.1. *Smart Cities*
8.9.2.2. La innovación en el desarrollo de las ciudades
8.9.2.3. Fomento del ecosistema innovador de las ciudades
8.9.2.4. La cooperación Público Privada
8.9.3. La Innovación en las Regiones Inteligentes
8.9.3.1. La innovación en el desarrollo de las regiones
8.9.3.2. Fomento del ecosistema innovador de las regiones
8.9.3.3. El impacto de las regiones inteligentes

8.10. Financiación Pública de la Innovación

8.10.1. Financiar la Innovación
8.10.1.1. Razones para la financiación
8.10.1.2. Objetivos de la financiación de la innovación
8.10.1.3. Beneficios de financiar la innovación
8.10.2. Financiación Pública de la Innovación
8.10.2.1. La financiación pública
8.10.2.2. Fuentes de financiación europeas
8.10.2.3. Impacto de proyectos financiados con financiación pública

Módulo 9. Tecnología y Digitalización

9.1. El nuevo rol de la tecnología en la empresa

9.1.1. La digitalización
9.1.2. Alcance de la digitalización en el negocio
9.1.3. Responsabilidad en el negocio

9.2. Grandes tendencias tecnológicas y su aplicación en la empresa

9.2.1. Innovando en la era Digital
9.2.2. De las ideas al valor
9.2.3. Cuatro tecnologías a tener en cuenta (*Cloud*, IA, 5G y *Blockchain*)

9.3. El secreto está en los datos

9.3.1. *Data Driven Companies*
9.3.2. El valor de los datos
9.3.3. La nube lo cambia todo
9.3.4. *Data Science*

9.4. La venta de tecnología y digitalización en la empresa

9.4.1. Plataformas de valor en la organización
9.4.2. La importancia del entorno de digitalización
9.4.3. Metodología de transformación digital
9.4.3.1. La estrella polar
9.4.3.2. Empieza pequeño y escala rápido
9.4.3.3. La priorización y el *Roadmap*
9.4.3.4. *Business Case*: sin impacto y retorno no hay nada
9.4.3.5. Modos de ejecución: el concepto de "Torre de Control" como garante del éxito

9.5. Un nuevo modelo operativo

9.5.1. La organización Digital
9.5.2. *Open Innovation, Lean Start up, Design Thinking y Agile*
9.5.3. El nuevo proceso de creación de productos y servicios digitales en la organización (del *Discovery* al *value hacking*
9.5.4. El MVP y el proceso iterativo de desarrollo
9.5.4.1. El departamento de IT: funciones de IT
9.5.4.2. Organización y Gobierno
9.5.4.3. Los famosos proveedores

9.6. Implantación de sistemas de información

9.6.1. Objetivo: el impacto
9.6.2. Mapa de *Stakeholders*
9.6.3. Tecnologías y productos más adecuados

9.7. Formas de ejecución y organización en la implementación

9.7.1. El proceso de implantación
9.7.2. Organización en la implementación
9.7.3. Coste y aspectos cave a tener en cuenta

9.8. Las personas y la gestión del cambio

9.8.1. El cambio cultural
9.8.2. El proyecto de gestión del cambio
9.8.3. La comunicación como parte esencial en la gestión del cambio eficaz

9.9. Desarrollo de nuevos modelos de negocio basados en Tecnología

9.9.1. Framework de desarrollo de nuevos modelos de negocio
9.9.2. Estrategias de aproximación
9.9.3. Vehículos de inversión. *Corporate Venture Capital*

9.10. Ayudas a la empresa para el desarrollo de proyectos IT

9.10.1. Marco Plurianual de ayudas de la CE
9.10.2. EU *Next Generation Funds*
9.10.3. Otras ayudas en España

Módulo 10. Gestión integral de proyectos

10.1. El proyecto y su relación con la dirección

10.1.1. El proyecto y la dirección de proyectos
- 10.1.1.1. El proyecto
- 10.1.1.2. La gestión
- 10.1.1.3. El ciclo de vida
- 10.1.1.4. Roles en la gestión de un proyecto
- 10.1.1.5. Beneficios de la gestión de un proyecto

10.1.2. Tipología de proyectos
- 10.1.2.1. Procesos
- 10.1.2.2. Integración y Tecnología
- 10.1.2.3. Estrategia

10.1.3. La organización de los proyectos

10.2. Consideraciones relevantes en la gestión de proyectos

10.2.1. PMBOK
- 10.2.1.1. Aspectos relevantes
- 10.2.1.2. Principales beneficios

10.2.2. *Value Realization Office*
- 10.2.2.1. Aspectos relevantes
- 10.2.2.2. Principales beneficios

10.2.3. *Waterfall*
- 10.2.3.1. Aspectos relevantes
- 10.2.3.2. Principales proyectos a los que está destinada esta metodología
- 10.2.3.3. Principales beneficios

10.2.4. AGILE
- 10.2.4.1. Aspectos relevantes
- 10.2.4.2. Principales proyectos a los que está destinada esta metodología
- 10.2.4.3. Principales beneficios

10.3. La Gestión del alcance y de expectativas

10.3.1. Plan de gestión del alcance
- 10.3.1.1. El alcance
- 10.3.1.2. Características principales
- 10.3.1.3. Verificar el alcance

10.3.2. La gestión de expectativas
- 10.3.2.1. Identificar las expectativas del cliente
- 10.3.2.2. Matriz alcance vs. Expectativas
- 10.3.2.3. Verificar y cerrar el alcance final

10.3.3. Riesgos y beneficios

10.4. La planificación del proyecto

10.4.1. La planificación de un proyecto
- 10.4.1.1. Planificación de objetivos, actividades e hitos principales
- 10.4.1.2. Planificación de entregables principales
- 10.4.1.3. Herramientas de planificación (*Dashboard*)

10.4.2. La planificación del equipo
- 10.4.2.1. Técnicas y herramientas de estimación de recursos (*Top-down, Bottom up,* estimación *Delphi*, estimación paramétrica, etc.)
- 10.4.2.2. Estimación de los recursos: roles, responsabilidades y costes
- 10.4.2.3. Plan de continuidad del servicio

10.4.3. La planificación del tiempo
- 10.4.3.1. Secuenciación de las actividades
- 10.4.3.2. Desarrollo del cronograma de trabajo
- 10.4.3.3. Control del cronograma de trabajo

10.5. La Gestión del equipo (RR.HH)

10.5.1. Plan de equipo
- 10.5.1.1. Plan de Personas
- 10.5.1.2. Selección del equipo de proyecto
- 10.5.1.3. Sistemas de evaluación al desempeño

10.5.2. Desarrollar el equipo de proyecto
- 10.5.2.1. Adquisición del equipo
- 10.5.2.2. Asignación del equipo al proyecto

10.5.3. Dirección del equipo de proyecto
- 10.5.3.1. Necesidades de coordinar y dirigir al equipo de manera efectiva
- 10.5.3.2. Herramientas de gestión del trabajo de los equipos de manera colaborativa
- 10.5.3.3. Gestión de conflictos
- 10.5.3.4. Plan de continuidad del servicio
- 10.5.3.5. *Feedback* y evaluación del rendimiento del equipo

10.6. La Gestión de los Costes

10.6.1. Estimación de los costes
- 10.6.1.1. Plan de Gestión de los costes
- 10.6.1.2. Estimación de los costes del proyecto
- 10.6.1.3. Técnicas y herramientas de gestión de los costes

10.6.2. El presupuesto
- 10.6.2.1. Determinación del presupuesto
- 10.6.2.2. Metodologías de selección de presupuestos
- 10.6.2.3. Técnicas y herramientas para definición del presupuesto

10.6.3. Control de los costes
- 10.6.3.1. Objetivos del control de los costes
- 10.6.3.2. Medición del progreso de los costes del proyecto
- 10.6.3.3. Técnicas y herramientas de control de costes

10.7. Gestión de las Comunicaciones Comunicación

10.7.1. Identificación de los agentes de interés (*Stakeholders*)
- 10.7.1.1. Identificación de agentes internos y externos
- 10.7.1.2. Identificación de expectativas de los agentes de interés
- 10.7.1.3. Técnicas y herramientas de identificación y categorización de los interesados

10.7.2. El plan de Comunicación
- 10.7.2.1. Identificación de mensajes principales para cada tipología de agente
- 10.7.2.2. Identificación y definición de los principales canales de comunicación
- 10.7.2.3. Análisis de requisitos de comunicación
- 10.7.2.4. Tipología de comunicaciones: verbal-escrita / formal-informal
- 10.7.2.5. Técnicas y herramientas de comunicación

10.7.3. Control de las acciones de comunicación
- 10.7.3.1. Planificación de acciones (cronograma, recursos, plazos, resultados esperados, etc.)
- 10.7.3.2. Herramientas de control de las acciones de comunicación
- 10.7.3.3. Medición de los resultados de las acciones de comunicación

10.8. La Gestión de la Calidad

10.8.1. Análisis y control de calidad (*Quality Analysis* - QA)
- 10.8.1.1. Gestión de la calidad
- 10.8.1.2. Los alcances esperados
- 10.8.1.3. Los indicadores (estándares) de medición de la calidad

10.8.2. Acciones de aseguramiento de la calidad
- 10.8.2.1. Planificación de las actividades de revisión: informes mensuales, anuales, etc.
- 10.8.2.2. Auditorías de calidad
- 10.8.2.3. La mejora continua

10.8.3. Control de la calidad del proyecto
- 10.8.3.1. Herramientas de *Feedback* de la calidad de los entregables
- 10.8.3.2. Gestión de las conformidades y no conformidades de los entregables
- 10.8.3.3. El *Peer Review* y sus principales beneficios
- 10.8.3.4. Medición de la calidad de los entregables

10.9. La Gestión de Riesgos

10.9.1. La planificación de los riesgos
- 10.9.1.1. Planificación de la gestión de riesgos
- 10.9.1.2. Identificación de riesgos
- 10.9.1.3. Herramientas de categorización de los riesgos

10.9.2. El seguimiento del plan de contingencia
- 10.9.2.1. Análisis cuantitativos y cualitativos de riesgos
- 10.9.2.2. Evaluación de la probabilidad e impactos
- 10.9.2.3. Herramientas de monitorización

10.9.3. Monitorización y control de los riesgos
- 10.9.3.1. Registro de riesgos: propietarios, acciones, síntomas, niveles de riesgos
- 10.9.3.2. Planificación de las acciones de mitigación
- 10.9.3.3. Auditoría y seguimiento de los riesgos
- 10.9.3.4. Seguimiento de los resultados de los planes de acción implementados
- 10.9.3.5. Re-evaluación del riesgo

10.10. Cierre del proyecto y la Gestión del Cambio

10.10.1. La Gestión del cambio
- 10.10.1.1. La transferencia del conocimiento
- 10.10.1.2. Fases de la transferencia del conocimiento
- 10.10.1.3. La planificación de la transferencia de conocimiento: formación, materiales, etc.

10.10.2. El cierre del proyecto
- 10.10.2.1. Recopilación de la información
- 10.10.2.2. El análisis final y principales conclusiones
- 10.10.2.3. La Reunión de cierre
- 10.10.2.4. El análisis de los siguientes pasos

10.10.3. El impacto del proyecto
- 10.10.3.1. La importancia de la medición de los impactos obtenidos
- 10.10.3.2. El Impacto dentro de la organización
- 10.10.3.3. La gestión del impacto sobre el cliente



08

Perfil de nuestros alumnos

En la actualidad, los profesionales especializados en el sector empresarial trabajan para todos tipos de empresas y organizaciones, con el objetivo de mejorar su rendimiento, eficacia y rentabilidad. Por tanto, este programa está dirigido a licenciados, graduados, ingenieros, arquitectos que ya hayan iniciado su carrera en este sector y que quieran profundizar y dominar las últimas novedades y tendencias del mercado.



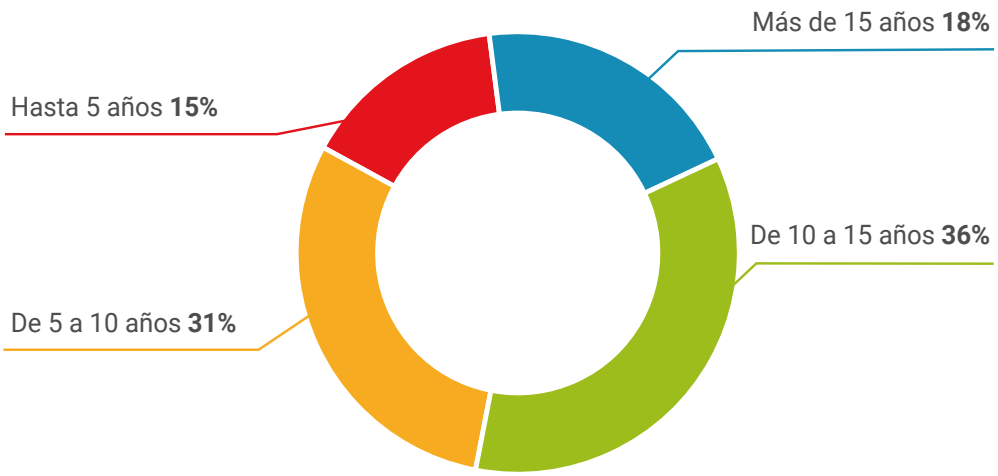


Ponte en valor y comienza hoy a realizar un programa que te llevará al éxito en el mundo de la consultoría de negocios"

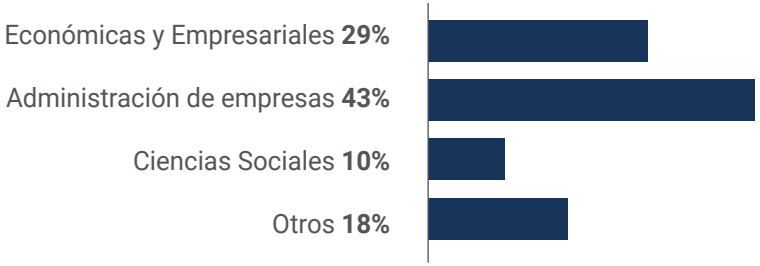
Edad media

Entre **35** y **45** años

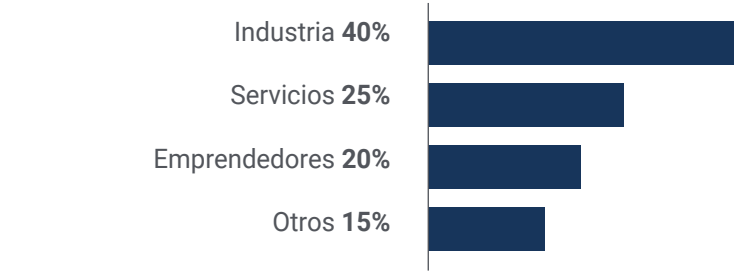
Años de experiencia



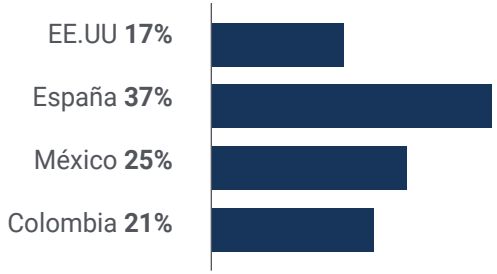
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





María Bastilleros

CEO de una empresa de consultores

"Como profesional, llegó un momento en mi carrera en el que era necesario un cambio. Llevar a cabo ese proyecto y dedicarme por completo a lo que más me apasiona: las finanzas. Por eso, con este programa he logrado encontrar un nuevo camino, emprendiendo de manera independiente mi propia empresa para brindar soporte a otros y encontrar una estrategia que les permita crecer"

09

Dirección del curso

Este programa se destaca por la calidad del cuadro docente encargado de dictar cada sesión académica. Ellos, son profesionales de primer nivel, que disponen de una amplia experiencia y solvente trayectoria en el ámbito empresarial. Además, todos se encuentran en activo en la actualidad, por lo que están al tanto en todo momento de la realidad empresarial y la necesidad de este tipo de servicios.





Los mejores expertos en consultoría de negocio ponen a tu disposición su experiencia y trayectoria profesional en un programa con un contenido didáctico y académico de primer nivel"

Dirección



D. Pérez-Ayala, Luis Yusty

- Director Financiero y de Control de Gestión de la división de Ingeniería, Infraestructuras, Energía y Naval de SENER
- Profesor de Finanzas en el Master de Consultoría y Gestión de empresas de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM)
- Travel & Hospitality Industry Technology Lead en Accenture para España, Portugal, Andorra e Israel
- Senior Manager en Accenture, en el área de Intelligent Finance
- Associate Director en EY, en el área CFO Services - Financial Accounting Advisory Services
- Senior Manager en KPMG, en el área de Consultoría de negocio - Función Financiera
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (UCLM)
- Licenciado en Economía (UCLM)
- Master in Revenue Management (Cornell University)
- Master in Sales (Sales Business School)
- Certificate programmes en control de gestión, gestión de finanzas e impuestos
- Curso en Contabilidad avanzada del CEF (Centro de Estudios Financieros)

Profesores

Dña. Silva, Camila

- TA Partner Iberia en Johnson & Johnson
- HR Senior Consultant – Ackermann International – España
- Coaching & Mentoring – Fundação Getúlio Vargas – Brasil
- Máster en Derecho y Filosofía – Universidad Complutense de Madrid – España
- Abogada – Pereira dos Santos Advogados – Brasil
- Licenciada en Derecho – Faculdade de Direito de Curitiba – Brasil

D. Aguado - Muñoz Olmedilla, Álvaro

- Manager en la práctica de Cadena de Suministro y Operaciones en ACCENTURE
- Consultor SAP para el área de Gestión de la Cadena de Suministro en VIEWNEXT (an IBM Subsidiary)
- Profesor colaborador para asignatura de Software de Gestión Empresarial (SAP Business One) en Universidad Politécnica de Madrid (UPM)
- Ingeniero Agrónomo por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM)
- Máster en Tecnología y Control de los Alimentos en Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF)

D. Sallés, José María

- Autor, Conferencista, Consultor y Mentor
- Patrono de la Fundación Mereze
- Empresario del sector hotelero
- Miembro del comité de expertos del Programa Ports 4.0 (Ports of Spain Tradetech Fun)
- Co-Fundador de Wtransnet, 1ª plataforma online de Logística y Transporte
- Diplomado en Dirección y Administración de Empresas en la EADA-Barcelona

D. Safón, Pablo

- Senior Manager, Debt & Reestructuring de BDO
- Senior Manager del área de Función Financiera de PwC España
- Director Financiero (CFO) y de Inversiones en el Grupo Inversor Dadelos
- Consultor del área de Financial Accounting Advisory Services en EY España
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Valencia (UPV)
- *Executive MBA* por el IE *Business School*
- Máster en Asesoría Financiera y de Seguros por la Universidad Politécnica de Valencia (UPV)
- Posgrados y programas en valoración de empresas, modelización financiera, *Corporate Finance,* M&A y *Private Equity* en diversas escuelas de negocio

D. de Sopeña Fernández, Ignacio

- Director Global de Business Consulting en VASS, especializado en la mejora del rendimiento y la transformación de las organizaciones a través de la estrategia, los procesos y la tecnología
- Director Global Head of Business Consulting en VASS
- Director y Profesor del Módulo de Finanzas en el Master de Consultoría y Gestión de empresas en la Universidad Politécnica de Madrid (UPM)
- Socio (Partner) de Consultoria en el área de CFO Services - Financial Acounting Advisory Services (FASS) en EY
- Director de Consultoría en KPMG y en Grant Thornton
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por CUNEF (Universidad Complutense de Madrid)
- PDD por el IESE Business School

D. Carabaño, Mario

- Socio Responsable de Sector Público y Transformación Digital en Grant Thornton
- Experto especializado en las áreas innovación, transformación digital, financiación pública de la I+D+i, industria 4.0, innovación estratégica y cultura innovadora
- Socio de Mentes a la Carta España
- Co-autor de "El Secreto de la Innovación" y conferencista internacional en las temáticas de transformación digital (sector público y privado), innovación y financiación pública

D. Gavilanes Navarro, Alberto

- *Senior Manager* de Transformación Digital y Tecnología en Kearney
- *Senior Manager* de Transformación Digital en Accenture
- *Head of Digital Channels en Naturgy*
- Director de proyectos estratégicos corporativo de Prosegur para la unidad de negocio de Vigilancia
- Ingeniero Superior en Informática por Universidad Nebrija
- Master en Consultoría e Implantación de Sistemas de Información por Deusto

D. Gallego Cañas, Alberto

- *Senior Manager* – Función Financiera en PwC
- *Senior Finance Manager* – Grupo Editorial SM
- Licenciado en Economía por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA por ESCP Business School (Londres)
- Programa avanzado de *Corporate Finance* por el IEB (Instituto de estudios bursátiles) de Madrid





D. Carreño Ocaña, Rubén

- *Director & Head of Corporate & Human Strategy* en CBRE
- *Head of EMEA Portfolio & Location Network* en CBRE
- *Chief Transformation Officer* en KPMG
- *Senior Manager Risk Consulting* en KPMG
- *Senior Manger Strategy & Operations* en KPMG
- Manager Infraestructuras, Transporte, Gobierno y Salud en Accenture para EMEA
- Ingeniero Industrial (UC3M)

D. Lara Oria, Enrique

- Director en *Axis Corporate* de Transformación, Innovación y Digital
- Socio responsable de la división de Estrategia y *Management Consulting* en KPMG Colombia
- Experiencias previas en consultoría de negocio en KPMG, IBM *Global Business Services* y *Accenture*

D. Hernando, Javier

- Socio Función Financiera y responsable de *Corporate Treasury* en PwC
- Auditor financiero en EY Madrid y Dublín
- Profesor adjunto en IE *University*
- Co-autor del libro "El Cubo del Líder"

10

Impacto para tu carrera

Todas las empresas deben adaptarse a los cambios que imponen las sociedades, gobiernos, tecnologías, etc. Todos los días supone un reto, por lo que es necesario contar con profesionales que conozcan e identifiquen a la brevedad posible este tipo de situaciones y así para aprovecharlas e impulsar favorablemente los resultados de cualquier empresa.





No es momento de dudar. En TECH encontrarás el plan de contenido que necesitas para impulsar tu carrera”

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

El Máster Título Propio en Consultoría de Negocios de TECH es un programa intensivo que prepara a los estudiantes para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito empresarial y de negocios. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

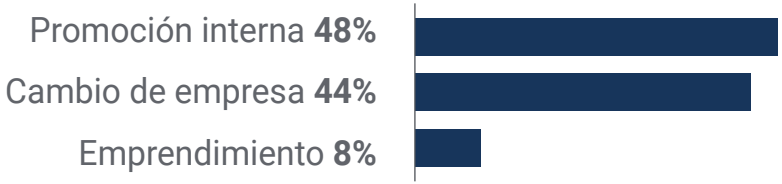
Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, el Máster Título Propio en Consultoría de Negocios te ayudará a conseguirlo.

No hay mejor momento para un cambio que este, las empresas solicitarán tus servicios de manera inmediata al finalizar este programa.

Momento del cambio



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
58.600 €	**25,89%**	**73.800 €**

11

Beneficios para tu empresa

Realizar este Máster Título Propio en Consultoría de Negocios supondrá una mejora en la carrera profesional de todos los estudiantes que deseen emprender por cuenta propia en este sector. Para ello, obtendrán los conocimientos más actualizados en el área, impartidos por expertos de gran prestigio. Por todo esto, lograran destacarse a nivel internacional y llevar al éxito cualquier empresa que ingrese a su cartera de clientes.





En esta nueva era, encontrarás excelentes oportunidades para crecer y especializarte como un experto en consultoría de negocios”

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 profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

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

06

Aumento de la competitividad

Este Máster Título Propio dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

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





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

Este **Máster Título Propio en Consultoría de Negocios** 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 en Consultoría de Negocios**

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

Consultoría de Negocios

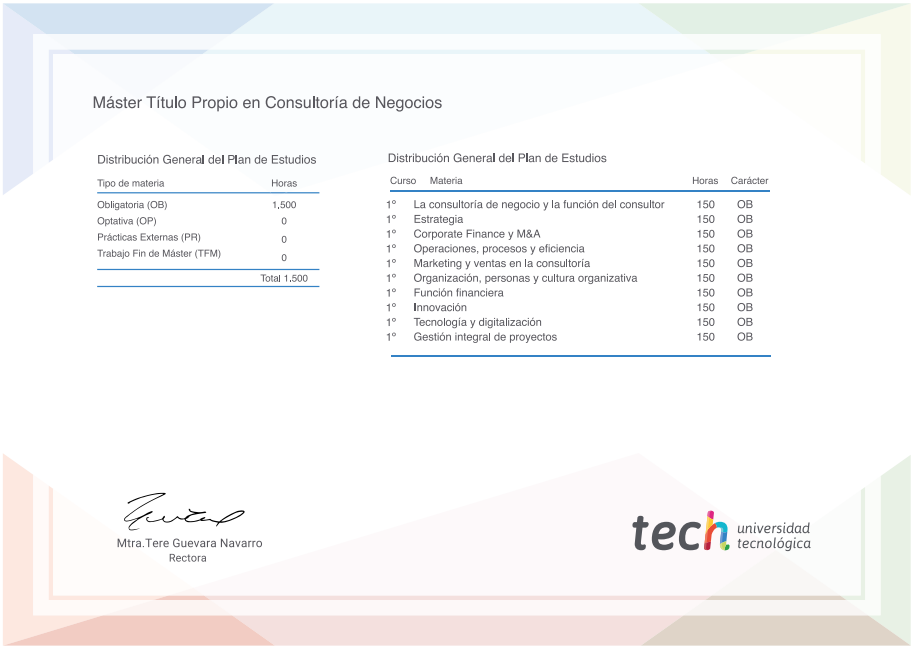
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

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


Máster Título Propio en Consultoría de Negocios

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	La consultoría de negocio y la función del consultor	150	OB
1º	Estrategia	150	OB
1º	Corporate Finance y M&A	150	OB
1º	Operaciones, procesos y eficiencia	150	OB
1º	Marketing y ventas en la consultoría	150	OB
1º	Organización, personas y cultura organizativa	150	OB
1º	Función financiera	150	OB
1º	Innovación	150	OB
1º	Tecnología y digitalización	150	OB
1º	Gestión integral de proyectos	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
Consultoría de Negocios

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

Máster Título Propio
Consultoría de Negocios



tech universidad tecnológica