Licenciatura

Administración y Dirección de Empresas

Nº de RVOE: 20220081

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Nº de RVOE: 20220081

Licenciatura

Administración y Dirección de Empresas

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **aprox. 4 años**

Fecha acuerdo RVOE: **17/03/2020**

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/licenciatura/licenciatura-administracion-direccion-empresas

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Plan de estudios
pág. 8

03
Objetivos y competencias
pág. 36

04
¿Por qué nuestro programa?
pág. 44

05
Idiomas gratuitos
pág. 48

06
Maestría gratuita
pág. 52

07
Salidas profesionales
pág. 56

08
Metodología
pág. 60

09
Requisitos de acceso y proceso de admisión
pág. 68

10
Titulación
pág. 72

01

Presentación

Esta licenciatura de alto nivel tiene como objetivo principal capacitar a profesionales para desempeñar labores directivas de administración, asesoramiento y evaluación en la empresa. Estas ocupaciones se desarrollarán tanto en las diferentes áreas funcionales de la empresa como en el ámbito global de la misma. Por ello es fundamental que el profesional aprenda a identificar y anticipar oportunidades de negocio, tomar decisiones de importancia ante las posibles adversidades, asignar de manera correcta los recursos, seleccionar y motivar al personal en las diferentes áreas empresariales, alcanzar las metas propuestas y analizar los resultados. Éstas son muchas de las cualidades y habilidades que adquirirá el alumno a lo largo de estos años de especialización en la mayor universidad online de habla hispana del mundo.





Uno de nuestros objetivos fundamentales es ayudarte a desarrollar las competencias esenciales para dirigir proyectos con una visión estratégica e innovadora”

El mercado laboral exige cada vez mejores profesionales. Personas capacitadas y formadas que sean capaces de enfrentarse a los retos que, el trabajo y las relaciones sociales que lo rodean, proponen de forma cotidiana.

Esta completa capacitación garantiza al alumno la adquisición de una serie de competencias generales, necesarias para el desenvolvimiento adecuado en el ámbito empresarial.

Para lograr el éxito empresarial, las compañías deben hacer frente a los continuos cambios del mercado, aplicando para ello estrategias empresariales que permitan una mayor rentabilidad y la consecución de los objetivos planteados. En este punto juega un papel fundamental la dirección estratégica, como elemento esencial para convertir la incertidumbre en una oportunidad, a través de la que lograr el mayor beneficio posible. De esta manera, los profesionales deben contar con una visión global del negocio, enfocada en una perspectiva integradora a la vez que internacional, que le permita convertir las amenazas en oportunidades, ideando objetivos realistas y adaptados con la visión y metas de la organización.

La investigación del mercado es otra tarea fundamental para alcanzar el prestigio empresarial. Conociendo los gustos e intereses de los consumidores, se podrá enfocar el producto o servicio al público adecuado o dirigir la producción hacia las demandas de los clientes.

Sin duda alguna, toda compañía que desee tener un hueco en el mercado necesita apostar por profesionales que sean capaces de analizarlo, conocer a los consumidores, la incidencia que puede tener el producto, cómo presentarlo o cuál es el mejor momento para hacerlo. Y eso solo se consigue a través de las labores de investigación.

Los profesionales titulados en administración y dirección de empresas trabajarán principalmente en el ámbito de la empresa, dentro de los diversos departamentos empresariales, como el de contabilidad y gestión financiera, el de producción, el de recursos humanos o el de marketing.

Esta Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas ha sido creada para permitir al alumnado adquirir los conocimientos necesarios en esta materia, de una manera intensiva y eficiente. Una oportunidad para mejorar tu especialización, con la comodidad del método online más eficaz del mercado docente.

No lo pienses más. Este es el momento de mejorar tu capacitación y aportar tu experiencia a tu trabajo.



Te estabámos esperando

TECH ofrece una oportunidad única para adquirir las competencias y habilidades administrativas de los directivos del presente y el futuro. Al instruirse como Licenciados en Administración y Dirección de Empresas, estarán profundizando en las cuestiones económicas, organizativas, comunicativas y directivas sobre las que se asientan las empresas más importantes. Con una enseñanza adecuada en todos estos ámbitos, adaptando el temario a los constantes cambios de la sociedad, el egresado aumentará notablemente las posibilidades de éxito en su emprendimiento empresarial. Así, gracias a esta titulación, se podrá construir un proyecto propio con los cimientos más sólidos u optar a dirigir y coordinar los esfuerzos de las empresas más avanzadas.

Nuestra institución académica te ofrece un cuadro docente único, el material más actualizado del mercado y una metodología de última generación”

02

Plan de estudios

Persiguiendo la máxima excelencia académica, todos los contenidos del presente plan de estudios han sido redactados para elevar al máximo las habilidades administrativas y directivas del alumno. Gracias a este programa, basado en la innovación y el liderazgo más eficaz, el egresado podrá ponerse al frente de los proyectos más ambiciosos y contundentes que pueda proponerse.

Un temario completo y bien desarrollado





Un equipo de docentes altamente cualificados ha seleccionado minuciosamente todos los contenidos de esta Licenciatura, pensando en tu máximo beneficio presente y futuro"

La Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas de TECH es un programa que se imparte en formato 100% en línea, para que el alumno pueda elegir el momento y el lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses.

Los contenidos de esta Licenciatura están pensados para favorecer el desarrollo de las competencias básicas de un buen profesional. Así, a lo largo de los 40 módulos de formación, el alumno analizará multitud de casos prácticos. Ese planteamiento práctico se completará con actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos de apoyo, fichas de resumen, clases magistrales y acceso a bancos de información online.

Esta Licenciatura de TECH te permitirá adaptar tu tiempo de estudio al resto de tus obligaciones diarias, al realizarse en un formato 100% en línea"





Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta licenciatura se ofrece 100% en línea, por lo que alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su smartphone.

Además, podrá acceder a los contenidos tanto *online* como *offline*. Para hacerlo *offline*, bastará con descargarse los contenidos de los temas elegidos, en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a internet.

El alumno podrá cursar la licenciatura a través de sus 40 asignaturas, de forma autodirigida y asincrónica. Adaptamos el formato y la metodología para aprovechar al máximo el tiempo y lograr un aprendizaje a medida de las necesidades del alumno.

> *Los contenidos más completos y actualizados te esperan en esta Licenciatura, que te preparará para responder con eficacia a todos los retos presentes y futuros de la administración y dirección de empresas”*

Asignatura 1

Administración de empresas: introducción y organización

Tema 1. La empresa y sus elementos

1.1. El concepto de empresa
1.2. Funciones y clasificaciones de objetivos empresariales
1.3. El empresariado
1.4. Tipos de empresa

Tema 2. La empresa como sistema

2.1. Conceptos del sistema
2.2. Los modelos
2.3. Subsistema de la empresa
2.4. Subsistema de valores

Tema 3. El entorno de la empresa

3.1. Entorno y valor
3.2. Entorno general
3.3. Entorno especifico
3.4. Herramientas de análisis

Tema 4. La función directiva

4.1. Conceptos básicos
4.2. Que es dirigir
4.3. La toma de decisiones
4.4. El liderazgo

Tema 5. La planificación empresarial

5.1. Plan empresarial
5.2. Elementos de la planificación
5.3. Etapas
5.4. Herramientas de planificación

Tema 6. El control empresarial

6.1. Conceptos, tipos y terminología
6.2. Control de gestión
6.3. Control de calidad
6.4. Cuadro de mando integral

Tema 7. La organización empresarial

7.1. Conceptos básicos
7.2. Estructura organizativa
7.3. Dimensiones culturales
7.4. Modelos estructurales

Tema 8. Dirección de Recursos Humanos

8.1. Motivación
8.2. Reclutamiento y selección
8.3. Formación del personal
8.4. Evaluación del rendimiento

Tema 9. Elementos del mercadotecnia y finanzas

9.1. Concepto y etapas
9.2. Mercadotecnia y mercados
9.3. Mercadotecnia estratégica
9.4. Relación y sinergias

Asignatura 2

Introducción a la contabilidad

Tema 1. Generalidades

1.1. Origen y evolución
1.2. Definición
1.3. Finalidad
1.4. Características
1.5. Importancia
1.6. Aplicación
1.7. Origen y evolución de los sistemas de registro

Tema 2. Recursos y Rendimientos Financieros

2.1. Definición
2.2. Finalidad
2.3. Clasificación
2.4. Bienes y derechos
2.5. Obligaciones y Deudas
2.6. Capital o patrimonio
2.7. Ingresos costos y gastos

Tema 3. Transacciones comerciales

3.1. Definición
3.2. Finalidad
3.3. Características
3.4. Clasificación
3.5. Importancia
3.6. Operaciones comerciales
3.7. Documentos y comprobantes

Tema 4. La cuenta contable y su naturaleza

4.1. Definición de la cuenta
4.2. Finalidad de la cuenta
4.3. Características de la cuenta
4.4. Contenido de la cuenta
4.5. Naturaleza de las cuentas de activo
4.6. Naturaleza de las cuentas de pasivo y de capital contable
4.7. Naturaleza de las cuentas de resultados

Tema 5. Cuentas de balance

5.1. Definición
5.2. Finalidad
5.3. Características
5.4. Cuentas de Activo
5.5. Cuentas de Pasivo
5.6. Cuentas de Capital contable
5.7. Movimientos y saldos de las cuentas contables

Tema 6. Cuentas de resultados

6.1. Definición
6.2. Finalidad
6.3. Características
6.4. Cuentas de ingresos
6.5. Cuentas de costos
6.6. Cuentas de gastos
6.7. Movimientos y saldos de las cuentas contables

Tema 7. Registro contable

7.1. Definición
7.2. Finalidad
7.3. Características
7.4. Reglas del cargo y del abono y Teoría de la partida doble
7.5. Catálogo de cuentas y guía contabilizadora
7.6. Libros contables
7.7. Balanza de comprobación

Tema 8. Normativa aplicable al procedimiento de los estados financieros

8.1. Definición de las Normas de información financiera
8.2. Finalidad de las Normas de información financiera
8.3. Características de las Normas de información financiera
8.4. Clasificación de las Normas de información financiera
8.5. Normas de información financiera aplicables a la contabilidad
8.6. Normas de información financiera aplicables al estado de situación financiera
8.7. Normas de información financiera aplicables al estado de resultados

Tema 9. Estado de Resultados

9.1. Definición
9.2. Finalidad
9.3. Características
9.4. Utilidad Bruta
9.5. Gastos de operación
9.6. Utilidad o pérdida de operación
9.7. Llenado del formato

Tema 10. Balance general o Estado de situación financiera

10.1. Definición
10.2. Finalidad
10.3. Características
10.4. Fórmulas para obtener el activo, pasivo y capital contable
10.5. Presentación en forma de cuenta
10.6. Presentación en forma de reporte
10.7. Llenado del formato

Asignatura 3

Matemáticas empresariales

Tema 1. Elementos básicos del álgebra lineal y matricial

1.1. El espacio vectorial de Indicador de Rendimiento Neto (IRn), funciones y variables
- 1.1.1. Representación gráfica de conjuntos de R
- 1.1.2. Conceptos básicos de funciones reales de varias variables. Operaciones con funciones
- 1.1.3. Clases de funciones
- 1.1.4. Teorema de análisis Weirtrass

1.2. Optimización con restricciones de desiguales
- 1.2.1. El método gráfico de dos variables

1.3. Clases de funciones
- 1.3.1. Variables separadas
- 1.3.2. Variables polinómicas
- 1.3.3. Racionales
- 1.3.4. Formas Cuadráticas

Tema 2. Matrices: tipos, conceptos y operaciones

2.1. Definiciones básicas
- 2.1.1. Matriz de orden mxn
- 2.1.2. Matrices cuadradas
- 2.1.3. Matriz identidad

2.2. Operaciones con matrices
- 2.2.1. Suma de matrices
- 2.2.2. Producto de un número real por una matriz
- 2.2.3. Producto de matrices

Tema 3. Transposición matricial

3.1. Matriz diagonizable

3.2. Propiedades de la transposición de matrices
- 3.2.1. Propiedad involutiva

Tema 4. Determinantes: cálculo y definición

4.1. Concepto de determinantes
- 4.1.1. Definición de determinantes
- 4.1.2. Matriz cuadrada de orden 2,3 y superior a 3

4.2. Matrices triangulares
- 4.2.1. Cálculo de la matriz triangular
- 4.2.2. Cálculo de la matriz cuadrada no triangular

4.3. Propiedades de los determinantes
- 4.3.1. Simplificación de cálculos
- 4.3.2. Cálculo, en cualquier caso

Tema 5. La inversión matricial

5.1. Propiedades de la inversión matricial
- 5.1.1. Concepto de inversión
- 5.1.2. Definiciones y conceptos básicos asociados

5.2. Cálculo de la inversión matricial
- 5.2.1. Métodos y cálculo
- 5.2.2. Excepciones y ejemplos

5.3. Expresión y ecuación matricial
- 5.3.1. Expresión matricial
- 5.3.2. Ecuación matricial

Tema 6. Resolución de sistemas de ecuaciones

6.1. Ecuaciones lineales
- 6.1.1. Discusión del sistema. Teorema de Rouché-Fobenius
- 6.1.2. Regla de Cramer: resolución del sistema
- 6.1.3. Los sistemas homogéneos

6.2. Espacios vectoriales
- 6.2.1. Propiedades del espacio vectorial
- 6.2.2. Combinación lineal de vectores
- 6.2.3. Dependencia e independencia lineales
- 6.2.4. Coordenadas de un vectore
- 6.2.5. Teorema de las bases

Tema 7. Formas cuadráticas

7.1. Concepto y definición de las formas cuadráticas

7.2. Matrices cuadráticas
- 7.2.1. Ley de inercia de las formas cuadráticas
- 7.2.2. Estudio del signo por auto-valores
- 7.2.3. Estudio del signo por menores

Tema 8. Funciones de una variable

8.1. Análisis del comportamiento de una magnitud
- 8.1.1. Análisis local
- 8.1.2. Continuidad
- 8.1.3. Continuidad restringida

Tema 9. Límites de funciones, dominio e imagen en funciones reales

9.1. Funciones de varias variables
- 9.1.1. Vectorial de varias variables

9.2. Dominio de una función
- 9.2.1. Concepto y aplicaciones

9.3. Límites de funciones
- 9.3.1. Límites de una función en un punto
- 9.3.2. Límites laterales de una función
- 9.3.3. Límites de funciones racionales

9.4. La indeterminación
- 9.4.1. Indeterminación en funciones con raíces
- 9.4.2. Indeterminación 0/0

9.5. Dominio e imagen de una función
- 9.5.1. Concepto y características
- 9.5.2. Cálculo del dominio e imagen

Tema 10. Derivadas: análisis de comportamientos

10.1. Derivadas de una función en un punto
- 10.1.1. Concepto y características
- 10.1.2. Interpretación geométrica

10.2. Reglas de derivación
- 10.2.1. Derivación de una constante
- 10.2.2. Derivación de una suma o una diferenciación
- 10.2.3. Derivación de un producto
- 10.2.4. Derivación de la opuesta
- 10.2.5. Derivación de la compuesta

Tema 11. Aplicaciones derivadas al estudio de funciones

11.1. Propiedades de las funciones derivables
- 11.1.1. Teorema del máximo
- 11.1.2. Teorema del mínimo
- 11.1.3. Teorema de Rolle
- 11.1.4. Teorema del valor medio
- 11.1.5. Regla de l´hôpital

11.2. Valoración de magnitudes económicas

11.3. Diferenciabilidad

Tema 12. Optimización de funciones de varias variables

12.1. Optimización de funciones
- 12.1.1. Optimización con restricciones de igualdad
- 12.1.2. Puntos críticos
- 12.1.3. Extremos relativos

12.2. Funciones convexas y cóncavas
- 12.2.1. Propiedades de las funciones convexas y cóncavas
- 12.2.2. Puntos de inflexión
- 12.2.3. Crecimiento y decrecimiento

Tema 13. Integrales Indefinidas

13.1. Primitiva e integral indefinida
- 13.1.1. Conceptos básicos
- 13.1.2. Métodos de cálculo

13.2. Integrales inmediatas
- 13.2.1. Propiedades de las integrales inmediatas

13.3. Métodos de integración
- 13.3.1. Integrales racionales

Tema 14. Integrales definidas

14.1. Teorema de la regla de Barrow
14.1.1. Definición del teorema
14.1.2. Bases de cálculo
14.1.3. Aplicaciones del teorema
14.2. Corte de curvas en integrales definidas
14.2.1. Concepto del corte de curvas
14.2.2. Bases de cálculo y estudio de las operaciones
14.2.3. Aplicaciones del cálculo de corte de curvas
14.3. Teorema de la media
14.3.1. Concepto teorema y del intervalo cerrado
14.3.2. Bases de cálculo y estudio de las operaciones
14.3.3. Aplicaciones del teorema

Asignatura 4

Fundamentos de Mercadotecnia

Tema 1. Introducción a la mercadotecnia

1.1. Concepto de mercadotecnia
1.1.1. Definición de mercadotecnia
1.1.2. Evolución y actualidad de la mercadotecnia
1.2. Diferentes enfoques de la mercadotecnia

Tema 2. Mercadotecnia en la empresa: estratégica y operativa. El plan de mercadotecnia

2.1. La dirección comercial
2.1.1. Importancia de la dirección comercial
2.1.2. Diversidad de formas de dirección
2.2. La mercadotecnia estratégica
2.2.1. La estrategia comercial
2.2.2. Ámbitos de aplicación
2.2.3. La planificación comercial
2.3. El plan de mercadotecnia
2.3.1. Concepto y definiciones
2.3.2. Etapas del plan de mercadotecnia
2.3.3. Tipos de plan de mercadotecnia

Tema 3. El entorno empresarial y el mercado de las organizaciones

3.1. El entorno
3.1.1. Conceptos y límites del entorno
3.1.2. Macro-entorno
3.1.3. Micro-entorno
3.2. El mercado
3.2.1. Conceptos y límites del mercado
3.2.2. Evolución de los mercados
3.2.3. Tipos de mercados
3.2.4. La importancia de la competencia

Tema 4. El comportamiento del consumidor

4.1. La importancia del comportamiento en la estrategia
4.1.1. Factores influyentes
4.1.2. Beneficios para la empresa
4.1.3. Beneficios para el consumidor
4.2. Enfoques del comportamiento del consumidor
4.2.1. Características y complejidad
4.2.2. Variables que interviene
4.2.3. Diferentes tipos de enfoques

Tema 5. Etapas en el proceso de compra del consumidor

5.1. Enfoque
5.1.1. Enfoque según diferentes autores
5.1.2. La evolución del proceso en la historia
5.2. Etapas
5.2.1. Reconocimiento del problema
5.2.2. Búsqueda de información
5.2.3. Evaluación de alternativas
5.2.4. Decisión de compra
5.2.5. Postcompra
5.3. Modelos en la toma de decisiones
5.3.1. Modelo económico
5.3.2. Modelo psicológico
5.3.3. Modelos de comportamientos mixtos

Tema 6. La segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones

6.1. La segmentación del mercado
6.1.1. Concepto
6.1.2. Tipos de segmentación
6.2. La influencia de la segmentación en las estrategias
6.2.1. Importancia de la segmentación en la empresa
6.2.2. Planificación de estrategias en base a la segmentación

Tema 7. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales

7.1. Procedimiento para la segmentación
7.1.1. Delimitación del segmento
7.1.2. Identificación de perfiles
7.1.3. Evaluación del procedimiento
7.2. Criterios para la segmentación
7.2.1. Características geográficas
7.2.2. Características sociales y económicas
7.2.3. Otros criterios
7.3. Respuesta del consumidor a la segmentación

Tema 8. Mercado de la oferta-demanda. Evaluación de la segmentación

8.1. Análisis de Oferta
8.1.1. Clasificaciones de la oferta
8.1.2. Determinación de la oferta
8.1.3. Factores que afectan a la oferta
8.2. Análisis de la demanda
8.2.1. Clasificaciones de la demanda
8.2.2. Áreas de mercado
8.2.3. Estimación de la demanda
8.3. Evaluación de la segmentación
8.3.1. Sistemas de evaluación
8.3.2. Métodos de seguimiento
8.3.3. Retroalimentación

Tema 9. La mercadotecnia mix

9.1. Definición de mercadotecnia mix
9.1.1. Concepto y definición
9.1.2. Historia y evolución
9.2. Elementos de mercadotecnia mix
9.2.1. Producto
9.2.2. Precio
9.2.3. Distribución
9.2.4. Promoción
9.3 Las nuevas 4p de mercadotecnia
9.3.1. Personalización
9.3.2. Participación
9.3.3. De igual a igual
9.3.4. Predicciones modeladas

Tema 10. Estrategias de gestión actual de la cartera de productos. Crecimiento y estrategias competitivas de mercadotecnia

10.1. Estrategias de cartera
10.1.1. La matriz de crecimiento-participación (BCG)
10.1.2. La matriz de Ansoff
10.1.3. La matriz de posición competitiva
10.2. Estrategias
10.2.1. Estrategia de segmentación
10.2.2. Estrategia de posicionamiento
10.2.3. Estrategia de fidelización
10.2.4. Estrategia funcional

Tema 11. Los componentes de un sistema de información de mercadotecnia

11.1. Definición Sistemas de información
11.1.1. Definición y conceptos
11.1.2. El sistema de información de gestión
11.1.3. Introducción a la base de datos
11.2. Componentes de un sistema de información
11.2.1. Componentes
11.2.2. Tipos de datos
11.2.3. Investigación de mercado

Tema 12. Concepto, objetivos, aplicaciones y fuentes de la investigación de mercados

12.1. Observación y definición del mercado
12.1.1. Estudio de las necesidades
12.1.2. Tipos de estudios
12.1.3. Concepto de mercados
12.2. Investigación estratégica
12.2.1. Análisis del entorno
12.2.2. Segmentación
12.2.3. Posicionamiento
12.3. Investigación táctica
12.3.1. Mercadotecnia operativa
12.3.2. Mercadotecnia mix
12.3.3. Mercadotecnia analítica

Tema 13. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

13.1. Definición del producto y del público objetivo
13.1.1. El producto
13.1.2. El público
13.2. Objetivos del estudio de mercado
13.2.1. Definición de objetivos
13.2.2. Tipos de productos
13.2.3. Selección de la oferta
13.3. Elementos de la investigación
13.3.1. Captación de datos
13.3.2. Análisis del comportamiento del consumidor
13.3.3. Informe
13.4. Diseños cuantitativos y cualitativos
13.4.1. Tipos de investigación
13.4.2. Diseños cuantitativos
13.4.3. Diseños cualitativos

Asignatura 5

Introducción a la economía

Tema 1. Introducción a la oferta, la demanda, el equilibrio y cambios en el mercado

1.1. Economía: principios y definiciones
1.1.1. Principios a la economía y conceptos
1.1.2. Micro y macro economía
1.1.3. La escasez de recursos
1.1.4. Modelos básicos de la economía
1.2. El Coste de oportunidad
1.2.1. Análisis
1.2.2. Valor actual neto
1.3. El punto de equilibrio
1.3.1. Concepto
1.3.2. Tipos de coste
1.3.3. Cálculo y resultados

Tema 2. La demanda, la oferta y las preferencias del mercado

2.1. Mercados y tipos de mercado
2.1.1. Concepto de mercado
2.1.2. Tipos de mercado
2.1.3. Naturaleza de los productos
2.2. Demanda de mercado
2.2.1. Definición y conceptualización
2.2.2. Determinantes de la demanda
2.3. Oferta de mercado
2.3.1. Definición y conceptualización
2.3.2. Determinantes de la oferta
2.3.3. La influencia de la competencia
2.4. Equilibrio y estática
2.4.1. Estática comparativa
2.4.2. Funciones de la estática comparativa
2.4.3. El equilibrio económico
2.4.4. El equilibrio dinámico

Tema 3. La restricción presupuestaria y el equilibrio del consumidor

3.1. Restricción presupuestaria y desplazamientos
3.1.1. Concepto
3.1.2. Pendiente de la recta de balance
3.1.3. Movimientos en la recta del balance
3.2. Elección óptima
3.2.1. Concepto
3.2.2. Curva de indiferencia
3.2.3. Función de utilidad

Tema 4. El excedente del consumidor y del productor. La eficiencia del equilibrio competitivo

4.1. Excedente del consumidor y productor
4.1.1. Ley de rendimientos decrecientes
4.1.2. Curva de la oferta y la demanda
4.1.3. Utilidad marginal creciente y decreciente
4.2. La eficiencia del equilibrio competitivo
4.2.1. Concepto
4.2.2. Las condiciones matemáticas de equilibrio a corto plazo
4.2.3. Las condiciones matemáticas de equilibrio competitivo a largo plazo

Tema 5. Precios máximos y mínimos, el efecto de un impuesto indirecto

5.1. Precios máximos y mínimos
5.1.1. Conceptualización
5.1.2. Precio máximo
5.1.3. Precio mínimo
5.2. Efecto de un impuesto indirecto
5.2.1. Definición y conceptos más importantes
5.2.2. Incidencia legal y económica
5.2.3. Análisis de la incidencia económica

Tema 6. Elasticidad del precio de la demanda y factores determinantes de la elasticidad

6.1. Elasticidad en el precio de la demanda
6.1.1. Conceptos
6.1.2. Factores que determinan la elasticidad precio de la demanda
6.1.3. Ingreso total y elasticidad
6.2. Resumen de los tipos de elasticidad
6.2.1. Perfectamente o infinitamente elástica
6.2.2. Perfectamente o infinitamente inelástica
6.2.3. Mayor y menor a 1
6.2.4. Igual a 0

Tema 7. Elasticidad de la demanda cruzada y su cálculo analítico

7.1. Elasticidad cruzada
7.1.1. Contexto
7.1.2. Conceptos y definiciones
7.1.3. Bienes sustitutos y bienes independientes
7.2. Cálculo analítico
7.2.1. Fórmula
7.2.2. Cálculo y ejemplos

Tema 8. La función de producción y rendimientos

8.1. La función de producción
8.1.1. Supuestos básicos
8.1.2. Producción total
8.1.3. Producción media
8.1.4. Producción marginal
8.2. Ley de rendimientos decrecientes
8.2.1. Concepto
8.2.2. Gráfica e interpretaciones
8.2.3. Rendimientos a escala

Tema 9. Los costes a corto plazo y a largo plazo

9.1. Funciones de costes
- 9.1.1. Definiciones y conceptos
- 9.1.2. Los costes de la empresa
- 9.1.3. Formulación y representaciones

9.2. Costes a corto plazo
- 9.2.1. Concepto y definiciones
- 9.2.2. Tipos de costes a corto plazo
- 9.2.3. Formulación

9.3. Costes a largo plazo
- 9.3.1. Concepto y definiciones
- 9.3.2. Tipos de costes a largo plazo
- 9.3.3. Formulación

Tema 10. Magnitudes básicas de la economía

10.1. La actividad económica
- 10.1.1. Conceptualización
- 10.1.2. El crecimiento económico
- 10.1.3. Sector público
- 10.1.4. Objetivos generales

10.2. Índices de precios e indicadores de mercados
- 10.2.1. Conceptualización
- 10.2.2. Índices simples y complejos
- 10.2.3. PIB nominal
- 10.2.4. PIB real

10.3. Flujo circular de la renta
- 10.3.1. Conceptualización
- 10.3.2. Tipos de flujo: real y monetario
- 10.3.3. Intervención del sector público

Tema 11. Políticas monetarias

11.1. El dinero y su circulación
- 11.1.1. Conceptualización y objetivos
- 11.1.2. La demanda de dinero
- 11.1.3. Circulación del dinero

11.2. Equilibrio en el mercado de dinero y políticas monetarias
- 11.2.1. Equilibrios en el mercado
- 11.2.2. Operaciones en mercado abierto
- 11.2.3. Política monetaria convencional y no convencional

Tema 12. Estructuras y tipos de mercado

12.1. Estructuras de mercado
- 12.1.1. Concepto de mercado
- 12.1.2. Competencia perfecta e imperfecta
- 12.1.3. Monopolio
- 12.1.4. Oligopolio y duopolio
- 12.1.5. Monopsonio
- 12.1.6. Oligopsonio

Tema 13. Mercados no competitivos

13.1. Competencia mercado monopolístico
- 13.1.1. Concepto de monopolio
- 13.1.2. Coste social del monopolio
- 13.1.3. Discriminación de precios

13.2. Competencia mercado oligopolio
- 13.2.1. Concepto de oligopolio
- 13.2.2. Diferentes tipos de oligopolios

Tema 14. Modelo de la oferta y demanda agregada

14.1. La demanda agregada
- 14.1.1. Concepto
- 14.1.2. Bases de cálculo
- 14.1.3. Curva de la demanda agregada

14.2. El multiplicador keynesiano
- 14.2.1. Concepto
- 14.2.2. Efectos provocados por el multiplicador
- 14.2.3. Bases de cálculo

14.3. La oferta agregada
- 14.3.1. Concepto
- 14.3.2. Factores
- 14.3.3. Variaciones

Tema 15. Relaciones económicas internacionales

15.1. Comercio internacional
- 15.1.1. Conceptos básicos
- 15.1.2. Tipo de cambio y relación real de intercambio
- 15.1.3. Instrumentos de política comercial

15.2. Balanza de pagos y teorías del tipo de cambio
- 15.2.1. La balanza de pagos
- 15.2.2. Teorías del tipo de cambio

Asignatura 6

Comunicación personal y organizacional

Tema 1. El concepto, elementos, procesos y teorías de comunicación

1.1. Conceptos básicos
1.2. Elementos de la comunicación
1.3. Proceso de la comunicación
1.4. Teoría de la comunicación

Tema 2. Las habilidades sociales en la comunicación y sus elementos

2.1. Conceptos básicos
2.2. Elementos constitutivos
2.3. Mejora de las habilidades sociales
2.4. Las habilidades sociales: tipos

Tema 3. Estilo de comunicación

3.1. Conceptos básicos
3.2. Estilo asertivo
3.3. Estilo pasivo
3.4. Estilo agresivo

Tema 4. Barreras y errores en la comunicación

4.1. Conceptos básicos y clasificación
4.2. Barreras físicas y semánticas
4.3. Barreras fisiológicas
4.4. Barreras psicológicas y administrativas

Tema 5. Habilidades para hablar en público, para atender a clientes y atención telefónica

5.1. Conceptos básicos
5.2. Habilidades personales y técnicas
5.3. La atención telefónica
5.4. La oratoria

Tema 6. La realización de entrevistas

6.1. Conceptos básicos
6.2. Gestionando el reclutamiento
6.3. El concepto de entrevistas
6.4. La preparación: el entrevistado

Tema 7. El trabajo en grupo y la negociación

7.1. Conceptos básicos
7.2. El trabajo en grupo
7.3. La negociación
7.4. Estructura de la negociación

Tema 8. La organización

8.1. Conceptos básicos
8.2. Comunicación organizacional
8.3. Comunicación interna
8.4. La comunicación externa

Tema 9. Teorías y tipos de comunicación organizativa

9.1. Conceptos básicos
9.2. Comunicación en las organizaciones
9.3. Teorías básicas
9.4. Teorías a lo largo de la historia

Tema 10. La información

10.1. Conceptos básicos
10.2. Información y comunicación
10.3. Características generales de la información
10.4. Los sistemas de información

Tema 11. La organización como sistema abierto en la comunicación

11.1. Conceptos básicos
11.2. La empresa como sistema abierto
11.3. La comunicación externa
11.4. El plan de comunicación externo

Tema 12. El plan de comunicación

12.1. Conceptos básicos
12.2. La planificación como herramienta
12.3. Fases de la planificación
12.4. Como afecta al resto de departamentos

Tema 13. Los medios digitales como nuevas técnicas de comunicación

13.1. Conceptos básicos
13.2. ¿Que son los medios digitales?
13.3. Nuevas técnicas
13.4. Perfiles del comunicador

Tema 14. Protocolos de comunicación en la empresa

14.1. Conceptos básicos
14.2. Coherencia y adecuación
14.3. Pautas de comunicación
14.4. Herramientas y pautas corporativas

Tema 15. Modelos de comunicación Horizontal vs. Vertical

15.1. Conceptos básicos
15.2. Dentro de la comunicación empresarial
15.3. Comunicación horizontal y vertical
15.4. Ventajas y desventajas

Tema 16. Objetivos de la comunicación, su secuencia y cómo crearla

16.1. Conceptos básicos
16.2. Objetivos de la comunicación
16.3. Secuenciar la comunicación
16.4. Creando la comunicación

Tema 17. Responsables de la comunicación

17.1. Conceptos básicos
17.2. La importancia de la dirección
17.3. Los comunicadores
17.4. La publicidad como forma de comunicación

Asignatura 7

Derecho Mercantil y de sociedades

Tema 1. Evolución histórica del Derecho Mercantil

1.1. Evolución histórica del Derecho Mercantil
1.2. Primeras operaciones de comercio
1.3. Las leyes de Rodas
1.4. El derecho mercantil Romano
1.5. Derecho Mercantil en la Edad Media
1.6. Legislación mercantil de la Edad Media
1.7. La legislación Napoleónica
1.8. El código Germánico

Tema 2. Sistematización del Derecho Mercantil

2.1. Definición
2.2. Órganos jurisdiccionales en materia mercantil
2.3. Procedimientos

Tema 3. Fuentes formales del Derecho Mercantil

3.1. Legislación y supletoriedad
3.2. Usos y Costumbres Mercantiles
3.3. La jurisprudencia de la Suprema Corte de Justicia de la Nación
3.4. Fuentes materiales o reales

Tema 4. Sujetos del Derecho Mercantil

4.1. La persona física y la persona moral denominada comerciante
4.2. La capacidad legal de las personas
4.3. Representación de Incapaces
4.4. Incompatibilidad y prohibición para ejercer
4.5. Concepto de Persona Moral Comerciante
4.6. Clasificación de las Sociedades Mercantiles

Tema 5. Principales obligaciones de los comerciantes

5.1. La publicidad mercantil
5.2. El registro de Comercio
5.3. La documentación del Comerciante
5.4. Efectos de la inscripción en el Registro Público Sección Comercio

Tema 6. La contabilidad de los comerciantes

6.1. Obligaciones y sanciones por incumplimiento
6.2. Requisitos de los libros de contabilidad
6.3. Registros contables
6.4. Valor probatorio de los libros
6.5. Conservación y Presentación de los libros

Tema 7. La correspondencia de los comerciantes

7.1. Su conservación, presentación y valor probatorio
7.2. Obligación de inscribirse en la Cámara de Comercio
7.3. Las Obligaciones Fiscales de los Comerciantes
7.4. Otras obligaciones de los Comerciantes en materia laboral y de seguridad
7.5. Agrupaciones de comerciantes

Tema 8. Obligaciones y contratos mercantiles I

8.1. Introducción
8.2. Las obligaciones
8.3. Modalidades de las obligaciones
8.4. Cumplimiento de las obligaciones
8.5. Moneda de pago
8.6. Incumplimiento de las obligaciones. La mora

Tema 9. Obligaciones y contratos mercantiles II

9.1. La cláusula penal
9.2. Los contratos mercantiles
9.3. Elementos esenciales del contrato
9.4. Formas de los contratos
9.5. Los contrato de adhesión
9.6. Las normas de protección al consumidor

Tema 10. El contrato de asociación en participación

10.1. Concepto
10.2. Formas de contrato
10.3. Partes
10.4. Obligaciones de las partes
10.5. Contenido del contrato

Asignatura 8

Microeconomía

Tema 1. Microeconomía: bienestar y tipología de fallos de mercado

1.1. Microeconomía
1.1.1. Principios de la micro economía y conceptos
1.1.2. La producción
1.1.3. Soberanía del consumidor
1.1.4. Agentes económicos
1.2. Bienestar y tipología de fallos
1.2.1. Concepto del bienestar
1.2.2. Valor actual neto
1.2.3. Tipología de fallos, limitaciones en el mercado

Tema 2. Intervención pública. Externalidades y bienes públicos

2.1. Intervención pública
2.1.1. La existencia de bienes públicos
2.1.2. La intervención del estado
2.2. Externalidades
2.2.1. Costes internos
2.2.2. Costes externos, externalidad negativa
2.2.3. Beneficio externo
2.2.4. Política medioambiental

3. Teoría de juegos estáticos: Representación normal, racionalidad e información

3.1. Teoría de juegos estáticos
3.1.1. Concepto
3.1.2. Representación
3.1.3. Aplicaciones
3.2. Tipos de juegos estáticos
3.2.1. Simétricos y asimétricos
3.2.2. Otros tipos
3.3. Historia de la teoría de juegos

Tema 4. Teoría de juegos dinámicos: Representación extensiva, información perfecta e imperfecta

4.1. Representación en forma extensiva
4.1.1. De la forma extensiva a la forma normal: la estrategia
4.2. Introducción hacia atrás y equilibrio de Nash perfecto en sub-juegos
4.2.1. Racionalidad secuencial y equilibrio de Nash
4.2.2. Procedimiento de introducción hacia atrás
4.2.3. Sub-juegos con información perfecta
4.3. El modelo de duopolio de competencia de Stackelberg
4.3.1. Concepto
4.3.2. Aplicaciones

Tema 5. Características y modelos del oligopolio

5.1. Características de un oligopolio
5.1.1. Conceptualización
5.1.2. Diferencias con el monopolio
5.1.3. Interdependencia empresarial
5.2. Modelos del oligopolio
5.2.1. Diferenciado
5.2.2. Concentrado
5.2.3. Duopolios
5.3. Barreras de ingreso al mercado
5.3.1. Prácticas oligopólicas
5.3.2. Causas y consecuencias

Tema 6. El sector público y los oligopolios

6.1. Diferentes modelos
6.1.1. Modelo de competencia de counot
6.1.2. Modelo de competencia Stackelberg
6.2. El sector público
6.2.1. Sectores públicos e innovación
6.2.2. Fallos en el sector
6.2.3. Oligopolios mundiales

Tema 7. La competencia monopolística

7.1. Concepto de monopolio
7.1.1. Contexto
7.1.2. Conceptos y definiciones
7.2. Características del mercado
7.2.1. Ejemplos de mercado
7.2.2. La competencia imperfecta

Tema 8. Diferenciación, equilibrio y comparación entre competencia perfecta y monopolística

8.1. Diferenciación
8.1.1. Conceptos
8.1.2. Características
8.1.3. Puntos más destacados
8.2. Equilibrio
8.2.1. Concepto
8.2.2. Coste marginal
8.2.3. Productores
8.3. Comparación

Tema 9. Teoría del consumidor

9.1. Preferencias
9.1.1. Teoría del consumidor
9.1.2. Cesta de bienes
9.1.3. Preferencias y restricciones
9.1.4. Relación binaria
9.2. Curva de indiferencia
9.2.1. Concepto y definiciones
9.2.2. Mapas de curvas
9.3. Función de utilidad
9.3.1. Concepto y definiciones
9.3.2. Funciones nivel U
9.3.3. Formulación y tipos de axiomas

Tema 10. Curva de demanda individual

10.1. La demanda individual
10.1.1. Conceptualización
10.1.2. Ejemplos
10.2. Curva de la demanda
10.2.1. Conceptualización
10.2.2. Determinantes de la demanda
10.2.3. Variaciones en la cantidad de demanda
10.2.4. Variación en la demanda

Tema 11. Elección intertemporal

11.1. Preferencias intemporales
11.1.1. Relación marginal de preferencia temporal
11.1.2. Decrecimiento de la RMPT
11.1.3. Periodo actual e incertidumbre
11.2. Tipo de interés y valor descontado
11.2.1. Tipo de interés R
11.2.2. Valor actual
11.2.3. Restricción presupuestaria

Tema 12. Elección social bajo incertidumbre y riesgo

12.1. Descripción del riesgo
12.1.1. Análisis de decisiones
12.1.2. Valor esperado
12.1.3. Juego justo
12.1.4. Variabilidad
12.1.5. Desviaciones
12.2. Preferencias por el riesgo
12.2.1. Utilidad esperada
12.2.2. Individuos renuentes al riesgo
12.2.3. Individuos neutrales
12.2.4. Individuos amantes del riesgo
12.2.5. Prima de riesgo y valor cierto
12.3. Reducción del riesgo
12.3.1. Diversificación
12.3.2. La justicia actuarial
12.3.3. Precio de reserva

Tema 13. Información asimétrica

13.1. Información asimétrica
13.1.1. Selección adversa
13.1.2. Riesgo moral
13.2. Teoría de la información asimétrical

Asignatura 9

Estadística I

Tema 1. Introducción a la estadística

1.1. Conceptos básicos
1.2. Tipos de variables
1.3. Información estadística

Tema 2. Ordenación y clasificación del registro de datos

2.1. Descripción de variables
2.2. Tabla de distribución de frecuencias
2.3. Cuantitativas y cualitativas

Tema 3. Aplicaciones de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y sistemas prácticos

3.1. Conceptos básicos
3.2. Herramientas
3.3. Representación de datos

Tema 4. Medidas de resumen de los datos I

4.1. Medidas descriptivas
4.2. Medidas de centralización
4.3. Medidas de dispersión
4.4. Medidas de forma o posición

Tema 5. Medidas de resumen de los datos II

5.1. Diagrama de caja
5.2. Identificación de valores atípicos
5.3. Transformación de una variable

Tema 6. Análisis del conjunto de dos variables estadísticas

6.1. Tabulación de dos variables
6.2. Tablas de contingencia y representaciones gráficas
6.3. Relación lineal entre variables cuantitativas

Tema 7. Series temporales y números índices

7.1. Las series temporales
7.2. Tasas de variación
7.3. Números índices
7.4. El Índice de Precios al Consumidor (IPC) y series temporales deflactadas

Tema 8. Introducción a la probabilidad: cálculo y conceptos básicos

8.1. Conceptos básicos
8.2. Teoría de conjuntos
8.3. Cálculo de probabilidades

Tema 9. Variables aleatorias y funciones de probabilidad

9.1. Variables aleatorias
9.2. Medidas de las variables
9.3. Función de probabilidad

Tema 10. Modelos de probabilidad para variables aleatorias

10.1. Cálculo de probabilidades
10.2. Variables aleatorias discretas
10.3. Variables aleatorias continuas
10.4. Modelos derivados de la distribución normal

Asignatura 10

Introducción a las tecnologías de la información y comunicación

Tema 1. Sistemas de Información: características, función y tipologías

1.1. Introducción a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)
1.1.1. Principios
1.1.2. Características
1.1.3. Inicios
1.1.4. Ventajas y desventajas
1.2. Tipologías
1.2.1. Tipologías de los sistemas de información
1.2.2. Procesos de negocio

Tema 2. Sistemas de Información: influencia, ventaja competitiva y estrategias basadas en redes y web 2.0

2.1. Influencia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)
2.1.1. Actuales
2.1.2. Globales
2.2. Ventajas competitivas
2.2.1. Estrategias basadas en web 2,0
2.2.2. Estrategias de redes

Tema 3. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

3.1. Componentes
3.1.1. Concepto
3.1.2. Tipos de componentes
3.1.3. Aplicaciones
3.2. Evolución de la infraestructura
3.2.1. Historia
3.2.2. Situación actual y desarrollo
3.3. La administración de la infraestructura de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)
3.3.1. Impulsores
3.3.2. Administración

Tema 4. Hardware y Tendencias en el hardware

4.1. El hardware
4.1.1. Concepto
4.1.2. Evolución del hardware
4.1.3. Clasificación del hardware y el software
4.2. Tendencias en el hardware
4.2.1. Procesador de datos
4.2.2. Aceleración en los procesos
4.2.3. Almacenamiento de datos procesados
4.2.4. Visualización gráfica

Tema 5. Integración de las plataformas de procesamiento y telecomunicaciones

5.1. Integración
5.1.1. Conceptualización
5.1.2. Evolución
5.1.3. Interdependencia empresarial
5.2. Integración y competición
5.2.1. Herramientas de integración
5.2.2. Base de datos

Tema 6. Modalidades de procesamiento, virtualización y procesadores multinúcleo

6.1. Diferentes modelos
6.1.1. Sistemas de múltiples procesadores
6.1.2. Concepto de procesamiento
6.2. La Virtualización
6.2.1. Requerimientos
6.2.2. Hipervisores
6.2.3. Paravirtualización

Tema 7. El software y las plataformas de software

7.1. El software
7.1.1. Contexto
7.1.2. Conceptos y definiciones
7.1.3. Aplicaciones
7.2. Plataformas de software
7.2.1. Plataformas actuales
7.2.2. Evolución de las plataformas

Tema 8. El lenguaje Java y la integración de aplicaciones empresariales

8.1. El lenguaje java
8.1.1. Conceptos
8.1.2. Características
8.1.3. Puntos más destacados
8.2. Arquitectura de las aplicaciones empresariales
8.2.1. Concepto
8.2.2. La integración en las empresas
8.2.3. Transcodificación
8.3. Adaptación semántica de contenidos

Tema 9. Redes: redes corporativas y tecnologías de conectividad

9.1. Redes corporativas y tecnologías de la conectividad
9.1.1. Transformación
9.1.2. Conectividad en la empresa
9.1.3. Soluciones de conectividad
9.2. Tipos y medio de transmisión
9.2.1. Concepto y definiciones
9.2.2. Mapas de transmisiones

Tema 10. Internet, la Web, la Web 2.0 y la Web 3.0

10.1. ¿Qué es internet?
10.1.1. Conceptualización
10.1.2. Aplicaciones
10.2. Web 1,0
10.2.1. Conceptualización
10.2.2. Contenidos estáticos
10.2.3. La divulgación
10.3. Web 2,0
10.3.1. Conceptualización
10.3.2. Contenidos dinámicos
10.3.3. El desarrollo
10.4. Web 3,0
10.4.1. Conceptualización
10.4.2. Contenidos multidispositivo
10.4.3. La web inteligente

Tema 11. Herramientas empresariales para comunicación y coordinación

11.1. Herramientas empresariales
11.1.1. La dirección a distancia
11.1.2. Planificar la comunicación
11.1.3. Métodos de coordinación
11.2. La coordinación internacional
11.3. Coordinación internacional
11.3.1. Concepto en línea

Tema 12. Organización tradicional de archivos, sistemas de gestión y almacenes de datos y minería de datos

12.1. Almacenamiento de datos
12.1.1. Análisis de datos
12.1.2. Tipos de almacenamiento
12.1.3. Tipo de información almacenable
12.1.4. Variabilidad de datos
12.2. Sistemas de gestión de datos
12.2.1. Cuadro de mando integral
12.2.2. Procesos de planificación
12.2.3. Indicadores de gestión
12.3. Minería de datos
12.3.1. Concepto
12.3.2. Teoría de la complejidad computacional
12.3.3. Tendencias

Tema 13. Sistemas de empresa: sistemas de gestión empresarial y sistemas de ayuda a la toma de decisiones

13.1. Sistema de soporte de decisiones
13.1.1. Sistemas de ayuda: a la decisión DSS
13.1.2. La toma de decisiones en base a la gestión de datos
13.2. Procesos de gestión empresarial
13.2.1. Conceptos de gestión
13.2.2. Etapas del proceso

Tema 14. Comercio electrónico

14.1. Significado de comercio electrónico
14.1.1. Concepto
14.1.2. B2B
14.1.3. Implicaciones
14.2. Retos del comercio electrónico
14.2.1. Principales tipos de comercio electrónico
14.2.2. Tipos de comercio electrónico
14.2.3. Mercados de comercio
14.3. La evolución y repercusión
14.3.1. Expansión
14.3.2. Repercusión global

Asignatura 11

Economía latinoamericana y mundial

Tema 1. Análisis básico del comercio internacional

1.1. Las fuentes del comercio internacional y el análisis clásico
1.1.1. La ventaja absoluta de Adam Smith
1.1.2. La ventaja comparativa de David Ricardo
1.2. El análisis neoclásico del comercio internacional
1.2.1. Efectos del libre comercio
1.2.2. Precios y Cantidades como términos de bienestar

Tema 2. Políticas comerciales

2.1. El arancel y las barreras no arancelarias
2.1.1. Concepto de medidas de protección
2.1.2. Efecto del arancel
2.1.3. Efecto de las barreras no arancelarias
2.2. Libre comercio y protección: teoría e instituciones
2.2.1. Marco institucional
2.2.2. Relaciones comerciales internacionales

Tema 3. Movimiento internacional de factores

3.1. El análisis económico de la movilidad internacional del trabajo
3.2. El análisis económico de las empresas multinacionales
3.3. La relevancia de los movimientos de factores en la economía monetaria

Tema 4. Balanza de pagos y tipos de cambio

4.1. La balanza de pagos
4.1.1. Punto de vista contable de la balanza de pagos
4.1.2. Curvas de oferta y demanda de divisas
4.2. El tipo de cambio
4.2.1. Punto de referencia del tipo de cambio a largo plazo
4.2.2. Comparaciones internacionales

Tema 5. Relaciones monetarias internacionales

5.1. Sistema Monetario Internacional
5.2. El tipo de cambio fijo y el Patrón Oro
5.3. Del Sistema de Bretton Woods a la era de la flotación Estructura

Tema 6. Crecimiento y desarrollo

6.1. El análisis del crecimiento
6.1.1. Resolución del problema de la pobreza
6.1.2. Teorías del crecimientos sobre la base del modelo neoclásico
6.2. El problema del subdesarrollo y su análisis
6.2.1. Factores y las estrategias de desarrollo
6.2.2. La dimensión internacional

Tema 7. Población, recursos y medio ambiente

7.1. El análisis económico de la población y de los recursos naturales
7.1.1. Limitantes y potenciadores de la actividad humana
7.1.2. Análisis económico de la población
7.1.3. Análisis de los recursos naturales apropiables
7.2. El análisis económico de la contaminación
7.2.1. Los problemas ambientales globales

Tema 8. El mundo económico colonial, la conformación y el auge de las economías de exportación en América Latina

8.1. América Latina: orígenes y significados del término, el problema de la unidad y la diversidad
8.1.1. Elementos para la aproximación al objeto de estudio
8.2. Expansión europea y conformación del sistema de la economía colonial americana
8.2.1. Tipologías de economías y patrones de desenvolvimiento
8.2.2. La ruptura del orden colonial y la transición al capitalismo periférico
8.3. La constitución de los Estados centrales y la conformación de las economías de exportación centradas en productos mineros, tropicales y de clima templado
8.3.1. La estructura de propiedad de la tierra, del capital y las formas de explotación de la fuerza de trabajo: la hacienda, la plantación, la estancia y los enclaves mineros
8.3.2. Los mercados de trabajo: la esclavitud, el problema indígena y las migraciones
8.3.3. Auge y ocaso de las principales economías de exportación a partir de la crisis de 1929: balance desde una perspectiva comparada a nivel internacional
8.4. Diagnósticos y controversias sobre el agro latinoamericano
8.4.1. La visión neoclásica
8.4.2. La visión estructuralista
8.4.3. La teoría de la dependencia

Tema 9. La industrialización de las economías de América Latina

9.1. Caracterización, balance y controversias
9.2. Principales transformaciones en la regulación del capitalismo a nivel mundial
9.2.1. Crisis del liberalismo y construcción de los estados de bienestar
9.2.2. Del patrón oro a Bretton Woods a la crisis de los años setenta
9.2.3. La conformación de bloques regionales en América, Europa y Asia
9.3. La industrialización inducida por la expansión de las exportaciones
9.4. La crisis del sector exportador en los años treinta y el proceso de sustitución de importaciones (ISI)
9.4.1. Fase liviana
9.4.2. Fase pesada
9.5. Problemas inherentes a la estrategia ISI
9.5.1. Desequilibrios estructurales e inflación. Principales límites de la industrialización en América Latina e instrumentos de política. El Planificación económica y políticas de reconstrucción estructural: la reforma agraria, el proteccionismo de la industria naciente, la integración regional, etc. Aspectos económicos de la revolución cubana e implicancias para la construcción del socialismo

9.6. Los diagnósticos y propuestas estructuralistas y neoestructuralistas
9.6.1. Las contribuciones de la teoría de la dependencia y sus derivas actuales

Tema 10. Las economías latinoamericanas durante la hegemonía neoliberal

10.1. La crisis económica de mediados de los años setenta y la reestructuración neoliberal del capitalismo
10.2. La caída de los socialismos realmente existentes y el ascenso de las economías de Asia Pacífico
10.3. Las experiencias neoliberales en América Latina y la crisis de la deuda externa y sus implicancias
10.4. Las políticas de ajuste del Fondo Monetario Internacional en los años ochenta y las reformas estructurales de primera y segunda generación impulsadas por el Banco Mundial en los años noventa
10.5. El Plan Brady y el pago de la deuda externa vía capitalización
10.6. La nueva regulación de la Inversión Extranjera Directa: los tratados bilaterales de inversión y el papel de Organización Mundial del Comercio
10.7. Los procesos de apertura, privatizaciones, desregulación y reestructuración estatal y sus implicaciones en materia de crecimiento económico, eficiencia privada y social, equidad distributiva y sustentabilidad medioambiental
10.8. Crisis del neoliberalismo en América Latina: las experiencias contrahegemónicas de carácter neodesarrollista y de transición al socialismo del siglo XXI. Las iniciativas de integración y cooperación regional. Balance crítico preliminar: continuidades y rupturas
10.9. Las interpretaciones neoestructuralistas y su deriva y la nueva teoría de la dependencia en América Latina. Aportes de la economía ecológica y feminista

Asignatura 12

Dirección Financiera I

Tema 1. Entorno económico

1.1. Fundamentos de la economía global
1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
1.3. Emprendimiento y nuevos mercados

Tema 2. Contabilidad directiva

2.1. Información contable de la empresa.
2.2. Balance de situación
2.3. Amortización

Tema 3. Presupuesto y control de gestión

3.1. Tratamiento de los gastos y de los costes
3.2. Sistemas de imputación de costes
3.3. Presupuesto de tesorería

Tema 4. Responsabilidad fiscal de las empresas

4.1. Imputaciones fiscales
4.2. Transparencia
4.3. Equidad fiscal

Tema 5. Sistemas de control de las empresas

5.1. Tipos de control empresarial
5.2. Elementos de control empresarial
5.3. Estrategias de control empresarial

Tema 6. Dirección Financiera

6.1. Oportunidades y amenazas del sector
6.2. El concepto de valor y cadena de valor
6.3. El análisis de escenarios, toma de decisiones y planes de contingencia

Tema 7. Planificación Financiera

7.1. Análisis del balance de situación
7.2. Análisis de la cuenta de resultados
7.3. Análisis de la rentabilidad

Tema 8. Estrategia financiera corporativa

8.1. Indicadores para el análisis de los estados financieros
8.2. Análisis de la rentabilidad
8.3. Rentabilidad económica y financiera de una empresa

Tema 9. Contexto macroeconómico

9.1. Entorno empresarial y macroeconomía
9.2. Competitividad
9.3. Macroeconomía en la planeación estratégica

Tema 10. Financiación estratégica

10.1. Administración de crédito
10.2. Administración de efectivo
10.3. Negociación bancaria

Tema 11. Mercados monetarios y de capitales

11.1. Funcionamiento del Mercado de Renta Fija
11.2. Funcionamiento del Mercado de Renta Variable
11.3. Métodos de análisis de valores

Asignatura 13

Contabilidad Financiera I

Tema 1. Sistema de pólizas para registro contable

1.1. Definición
1.2. Finalidad
1.3. Características
1.4. Registro contable
1.5. Póliza de Ingresos y de cheque
1.6. Póliza de egresos
1.7. Póliza de diario

Tema 2. Cuentas complementarias de Activo

2.1. Definición
2.2. Finalidad
2.3. Características
2.4. Depreciación de activos fijos
2.5. Amortización de activos diferidos
2.6. Registro contable
2.7. Presentación en el Estado de Situación Financiera

Tema 3. Cuentas de orden

3.1. Definición
3.2. Finalidad
3.3. Características
3.4. Dualidad, procedimientos de registro, movimientos y saldos
3.5. Valores ajenos, contingentes y de registro o control
3.6. Cuentas contables y su registro contable
3.7. Presentación en el Estado de Situación Financiera

Tema 4. Fondo fijo

4.1. Definición
4.2. Finalidad
4.3. Políticas
4.4. Registro contable
4.5. Forma en que se crea, se incrementa y se cancela
4.6. Elaboración del reembolso
4.7. Presentación en el Estado de Situación Financiera

Tema 5. Control y sistemas de valuación de Inventarios

5.1. Generalidades de control de inventarios
5.2. Inventarios perpetuos
5.3. Técnicas y procedimientos para evitar robos
5.4. Prevención de daños y mermas
5.5. Generalidades de valuación de inventarios
5.6. Entradas y salidas de almacén
5.7. Valuación UEPS, PEPS y Promedios

Tema 6. Diferentes tipos de registro contable de Mercancías

6.1. Generalidades de Mercancías en tránsito
6.2. Compras fuera de plaza y en el extranjero
6.3. Generalidades de Mercancías en consignación
6.4. Aspecto legal
6.5. Generalidades de Mercancías en comisión
6.6. Comisionista
6.7. Registro contable de mercancías

Tema 7. Ventas en abonos

7.1. Definición
7.2. Finalidad
7.3. Características
7.4. Disposiciones legales
7.5. Cuentas que se utilizan
7.6. Registro contable
7.7. Presentación en el Estado de resultados

Tema 8. Conciliaciones bancarias

8.1. Definición
8.2. Finalidad
8.3. Tipos de conciliación y formato
8.4. Partidas conciliadas y no conciliadas
8.5. Cargos y abonos de la empresa no correspondidos por el banco
8.6. Cargos y abonos del banco no correspondidos por la empresa
8.7. Registro contable

Tema 9. Moneda extranjera

9.1. Definición
9.2. Características
9.3. Moneda funcional
9.4. Operaciones en moneda extranjera
9.5. Clasificación del tipo de cambio
9.6. Partidas monetarias
9.7. Registro contable

Tema 10. Documentos descontados

10.1. Definición
10.2. Finalidad
10.3. Características
10.4. Disposiciones legales
10.5. Procedimiento del descuento
10.6. Cuentas que se utilizan
10.7. Registro contable

Asignatura 14

Macroeconomía

Tema 1. De la microeconomía a la macroeconomía. Los objetivos de la macroeconomía

1.1. Diferencias con microeconomía
1.1.1. Concepto y análisis
1.1.2. Los procesos fundamentales
1.1.3. Análisis comparativo
1.2. Objetivos de la macroeconomía
1.2.1. Objetivos
1.2.2. Evolución de objetivo

Tema 2. Los instrumentos de la política económica

2.1. Concepto
2.1.1. Descripción
2.1.2. Evolución
2.2. Instrumentos
2.2.1. Instituciones
2.2.2. Globalización
2.2.3. Análisis en detalle
2.3. Instrumentos internacionales
2.3.1. Conceptos y definición
2.3.2. Gestión internacional

Tema 3. La Producción Agregada

3.1. Teoría de la producción agregada
3.1.1. Conceptos
3.1.2. Origen de la teoría
3.1.3. Aplicaciones
3.2. La función de la producción agregada
3.2.1. Rendimientos y constantes
3.2.2. Los factores de producción
3.3. Aplicaciones

Tema 4. La medida del desempleo y de la Inflación

4.1. Medida del desempleo
4.1.1. Concepto y definiciones
4.1.2. Impactos del desempleo
4.1.3. Medición e instrumentos
4.2. Inflación
4.2.1. Inflación de demanda
4.2.2. Inflación de costes
4.2.3. Inflación estructural

Tema 5. La demanda de bienes: consumo, inversión y gasto público

5.1. Conceptos generales
5.1.1. Definiciones importantes
5.1.2. El mercado de consumo y la demanda total de bienes
5.2. La composición del Producto Interior Bruto (PIB)
5.2.1. Consumo
5.2.2. Inversión
5.2.3. Gasto público

Tema 6. La determinación de la producción de equilibrio

6.1. Conceptos
6.1.1. Definición y características
6.1.2. Diferencias entre ahorro e inversión
6.2. Rentabilidad
6.2.1. Relación de rentabilidad
6.2.2. Acciones, bonos y fondos de inversión
6.2.3. Introducción a la liquidez

Tema 7. El Dinero, la demanda, sistema bancario y oferta monetaria

7.1. El dinero
7.1.1. Funciones
7.1.2. Historia y evolución
7.1.3. El curso legal
7.2. Proceso de creación del dinero
7.2.1. Oferta monetaria
7.2.2. Activos líquidos

Tema 8. El equilibrio en el mercado monetario: la determinación del tipo de interés

8.1. Base monetaria
8.1.1. Creación del dinero
8.1.2. Destrucción del dinero
8.2. Banco central
8.2.1. Tipos de redescuento
8.2.2. Operaciones a mercado abierto
8.2.3. Política monetaria
8.3. El equilibrio de mercado
8.3.1. Escuela keynesiana y neoclásica
8.3.2. Recta LM
8.3.3. Desplazamientos de la recta

Tema 9. El mercado de bienes y la relación IS, los mercados financieros y la relación LM, el modelo IS-LM

9.1. El mercado de bienes y la relación IS
9.1.1. Conceptos y definiciones
9.1.2. El modelo básico
9.1.3. Nivel de ventas y tipo de interés
9.2. Los mercados financieros y la relación LM
9.2.1. Determinación del tipo de interés
9.2.2. La relación LM y curva LM
9.2.3. Análisis del conjunto IS-LM

Tema 10. La política fiscal y política monetaria

10.1. Políticas fiscales
10.1.1. Restrictiva
10.1.2. Expansiva
10.1.3. Afecciones a la curva IS
10.2. Políticas monetarias
10.2.1. Restrictivas y Expansivas
10.2.2. Afecciones a la curva LM

Tema 11. La apertura de los mercados de bienes: exportaciones, importaciones y tipos de cambio

11.1. Situación y perspectivas
11.1.1. Definición y conceptos
11.1.2. Actualización de perspectivas
11.2. Herramientas y medios
11.2.1. Análisis tipos y estructura
11.2.2. Indicadores de crecimiento
11.2.3. Intervenciones del Fondo Monetario Internacional (FMI)

Tema 12. La apertura de los mercados financieros: la balanza de pagos, las relaciones entre tipos de interés y tipos de cambio

12.1. Balanza de pagos
12.1.1. Balanza de capitales
12.1.2. Balanza comercial y de servicios
12.2. Tipos de cambio
12.2.1. Oferta y demanda de divisas
12.2.2. Regímenes de tipos de cambio
12.3. Políticas de esterilización
12.3.1. El mercado monetario internacional
12.3.2. Paridad cubierta de intereses

Tema 13. El equilibrio en el mercado de bienes, mercados financieros y conjunto en una economía abierta

13.1. Curva IS
13.1.1. Parte del análisis económico
13.1.2. Equilibrio
13.2. Curva LM
13.2.1. Parte del análisis económico
13.2.2. Equilibrio

Tema 14. Los cambios en la demanda interior y extranjera

14.1. Componentes
14.1.1. Definiciones
14.1.2. Tipos de demanda
14.1.3. Medidas de compensación
14.2. Componentes de macro-compensación

Tema 15. Los efectos de la política fiscal en una economía abierta

15.1. Modelos de una economía abierta
15.1.1. Exportaciones
15.1.2. Importaciones
15.1.3. Demanda de activos financieros
15.2. Mercado de divisas y bienes
15.2.1. Definiciones
15.2.2. Efectos globales en economía

Asignatura 15

Dirección Comercial I

Tema 1. Investigación de mercados

1.1. Conducta del consumidor
1.2. Técnicas de investigación de mercados
1.3. Herramientas para el análisis de datos
1.4. Alcances y limitaciones

Tema 2. Publicidad

2.1. La importancia de la publicidad para la empresa
2.2. Experiencia de compra
2.3. Publicidad en medios digitales

Tema 3. Planificación de medios

3.1. Audiencias y mercado publicitario
3.2. Selección de medios y soportes
3.3. Medición de la eficacia

Tema 4. Dirección comercial

4.1. Análisis interno y externo. Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO)
4.2. Análisis sectorial y competitivo
4.3. Modelo del Lienzo de modelo de negocio (CANVAS)

Asignatura 16

Estadística II

Tema 1. Probabilidad: variable aleatoria

1.1. El experimento aleatorio
1.2. Axiomas de probabilidad
1.3. Propiedades elementales

Tema 2. Modelos de probabilidad

2.1. Las variables aleatorias
2.2. Distribución de Bernouilli
2.3. Distribución binomial
2.4. Distribución multinomial

Tema 3. Cálculo de probabilidades y puntos críticos con R

3.1. La distribución normal o de Gauss
3.2. Comandante R
3.3. Propiedades

Tema 4. Inferencia estadística: algunos conceptos previos

4.1. Definiciones y conceptos previos
4.2. La distribución binomial y calculo
4.3. Curva normal y cálculo

Tema 5. Los estimadores puntuales: distribuciones muestrales y propiedades

5.1. Conceptos generales de la distribución muestral
5.2. Estimación puntual
5.3. Estimación por intervalo

Tema 6. Los intervalos de confianza: para la media, proporción, varianza. IC en dos poblaciones

6.1. Intervalos para una o varias muestras
6.2. Método Bootstrap
6.3. Intervalos bayesianos

Tema 7. Los contrastes de hipótesis en los métodos de inferencia estadística

7.1. Test de hipótesis estadística
7.2. Región de rechazo y de aceptación
7.3. Reglas de decisión

Tema 8. Casos particulares: media poblacional, varianza y proporción. Contrastes Paramétricos

8.1. Varianzas conocidas y desconocidas
8.2. Razón de verosimilitudes
8.3. Contraste de igualdad

Tema 9. Contraste de bondad de ajuste Chi-cuadrado

9.1. Agrupación de datos
9.2. Región crítica
9.3. Frecuencia esperada

Tema 10. Contraste del supuesto de normalidad: el contraste de Jarque-Bera

10.1. Variables significativas
10.2. Teorema central del limite
10.3. Los estimadores, histograma

Tema 11. Contraste de independencia con dos variables cualitativas

11.1. Concepto de independencia de variables
11.2. Frecuencias observadas y esperadas
11.3. Cálculo del contraste

Tema 12. El modelo de regresión lineal simple y la estimación puntual

12.1. Coeficiente de regresión y de correlación lineal
12.2. Inferencia de parámetros
12.3. Supuestos del modelo

Tema 13. Intervalo de confianza y recta de regresión

13.1. La función lineal y regresión
13.2. La regresión lineal simple
13.3. Variables exógenas y endógenas

Tema 14. Predicciones y aplicaciones para las Tecnologías de Información y Comunicación

14.1. Marco teórico y conceptual
14.2. Técnicas de recolección y análisis
14.3. Objetivos generales y específicos

Tema 15. El modelo de regresión múltiple y estimación puntual

15.1. Hipótesis y estimación
15.2. Tipos de errores y ajustes del modelo
15.3. Extensiones del modelo lineal

Tema 16. El contraste de significatividad global de la regresión

16.1. La tabla Anova
16.2. Multicolineidad

Asignatura 17

Dirección de empresas

Tema 1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

1.1. Funciones del directivo
1.2. La estrategia de la dirección
1.3. Cultura organizacional

Tema 2. Proceso de gestión del cambio

2.1. Tipos
2.2. Resistencia
2.3. Estimulación a la innovación
2.4. Modelos de gestión

Tema 3. La toma de decisiones

3.1. El proceso de toma de decisiones y gestión
3.2. Estilos de gestión
3.3. Tipos de decisiones

Tema 4. La planificación estratégica

4.1. Objetivos
4.2. Métodos
4.3. Planificación de entornos dinámicos

Tema 5. El proceso de dirección estratégica

5.1. Tipos de procesos
5.2. Misión y análisis de los procesos
5.3. Implementación de los procesos y evaluación

Tema 6. La estructura organizacional

6.1. Conceptos generales
6.2. Estructuras mecanicistas
6.3. Estructuras orgánicas

Tema 7. Diseños organizacionales

7.1. Propósitos de la organización
7.2. Factores de contingencia
7.3. Tipos de diseño

Tema 8. Desarrollo y desempeño de grupos.

8.1. Definiciones y conceptos generales
8.2. Grupos eficientes
8.3. Grupos globales

Tema 9. La comunicación en la empresa

9.1. Función de la comunicación en la empresa
9.2. Métodos de comunicación
9.3. Influencia de las Tecnologías de la Información y Comunicación

Tema 10. Comunicación interpersonal y organizacional

10.1. Concepto básicos
10.2. Comunicación interpersonal
10.3. Comunicación organizacional

Tema 11. La motivación en la empresa

11.1. Concepto y aplicación de la motivación
11.2. Teorías de la motivación
11.3. Implementación de la motivación

Tema 12. El liderazgo en la empresa

12.1. Teorías de contingencia
12.2. Tipos de liderazgo
12.3. Implementación del liderazgo en la empresa

Tema 13. El control de operaciones

13.1. Conceptos del control y el control de gestión
13.2. Procesos del control
13.3. Medición y evaluación

Tema 14. Gestión del control de operaciones

14.1. Herramientas para el control
14.2. Sistemas de corrección
14.3. Ventajas y problemas del control de operaciones

Tema 15. Dirección de operaciones

15.1. Importancia de la dirección
15.2. La cadena de valor
15.3. Gestión de calidad

Asignatura 18

Dirección Financiera II

Tema 1. Control de gestión

1.1. Política financiera y crecimiento
1.2. La información como herramienta del control de gestión
1.3. Control de gestión como sistema de planificación y dirección
1.4. Funciones de la controladora
1.5. Ámbito de aplicación del control de gestión

Tema 2. Información financiera y decisiones de gestión

2.1. Contabilidad financiera o legal
2.2. Contabilidad analítica o de costes
2.3. Contabilidad de control

Tema 3. Gestión de tesorería

3.1. Fondo de Maniobra contable y Fondo maniobra necesario
3.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
3.3. Administración de crédito
3.4. Gestión de fondos, patrimonios y oficinas familiares

Tema 4. Administración de efectivo

4.1. Financiación bancaria del circulante
4.2. Organización del departamento de tesorería
4.3. Gestión centralizada de la tesorería

Tema 5. Planificación y control de los centros de responsabilidad

5.1. Diseño de un sistema de control de gestión
5.2. Desviaciones en control de gestión

Tema 6. El proceso de formulación y planificación estratégica

6.1. Formulación y contenido del plan estratégico
6.2. Cuadro de mando integral
6.3. Terminología y conceptos básicos

Tema 7. Planificación organizacional

7.1. Unidades de negocio y precios de transferencia
7.2. Centros de fabricación, producción, apoyo y ventas
7.3. Funciones y responsabilidades de la dirección financiera

Tema 8. Indicadores como herramienta de control

8.1. Cuadro de mando
8.2. Número y formato de los indicadores
8.3. Planificación estratégica

Asignatura 19

Inglés para negocios

Tema 1. Bienvenidos al mundo laboral

1.1. Desempleo
1.2. Mejorar las perspectivas de empleo
1.3. Empleabilidad alrededor del mundo

Tema 2. Solicitar un trabajo de ensueño

2.1. Búsqueda del trabajo
2.2. El currículum vitae
2.3. Carta de presentación

Tema 3. La entrevista

3.1. Preguntas y respuestas
3.2. Contratos laborales
3.3. Salario

Tema 4. El primer día en un nuevo trabajo

4.1. Conocer y saludar a los compañeros
4.2. Roles y responsabilidades
4.3. Aclarar dudas

Tema 5. Correspondencia comercial

5.1. Un correo formal
5.2. Llamadas telefónicas
5.3. Conversaciones informales en el trabajo

Tema 6. Reuniones departamentales

6.1. Tomar apuntes
6.2. Protocolos y procedimientos
6.3. Abordar preguntas específicas

Tema 7. Escribir un informe

7.1. Identificar información relevante
7.2. El empleo de las cifras
7.3. La estructura y el formato del informe

Tema 8. Redes de contactos o el arte de crear contactos

8.1. El comercio en distintos contextos sociales
8.2. El toque personal
8.3. Crear contactos

Tema 9. Resolución de problemas

9.1. Anticipar posibles problemas
9.2. Estrategias prácticas para superar dificultades
9.3. El pensamiento crítico

Tema 10. Presentaciones comerciales

10.1. Preparación
10.2. Ejecución
10.3. Cuestiones de seguimiento y próximos pasos a seguir

Asignatura 20

Análisis financiero

Tema 1. Generalidades

1.1. Definición
1.2. Objetivo
1.3. Características
1.4. Clasificación
1.5. Importancia
1.6. Usuarios de la información
1.7. La empresa y el análisis financiero

Tema 2. Diagnóstico financiero

2.1. Definición
2.2. Objetivo
2.3. Características
2.4. Importancia
2.5. Forma de realizar un diagnóstico financiero
2.6. Utilización previa de razones financieras

Tema 3. Análisis vertical y horizontal

3.1. Definición del análisis vertical
3.2. Objetivo
3.3. Características
3.4. Definición del análisis horizontal
3.5. Objetivo
3.6. Características
3.7. Los estados financieros y el análisis vertical y horizontal

Tema 4. Método por Razones Financieras Simples

4.1. Definición
4.2. Objetivo
4.3. Características
4.4. Importancia
4.5. Tipo de análisis
4.6. Razones financieras simples principales

Tema 5. Método de Razones Financieras Estándar

5.1. Definición
5.2. Objetivo
5.3. Características
5.4. Importancia.
5.5. Como medida de eficiencia
5.6. Como medida de control

Tema 6. Método de Reducción a Porcientos Integrales

6.1. Definición
6.2. Objetivo
6.3. Características
6.4. Enfoque
6.5. Importancia
6.6. Procedimiento

Tema 7. Método de Tendencias

7.1. Definición
7.2. Objetivo
7.3. Características
7.4. Importancia
7.5. Procedimiento
7.6. Porcentajes de tendencias

Tema 8. Método de aumentos y disminuciones

8.1. Definición
8.2. Objetivo
8.3. Características
8.4. Importancia
8.5. Procedimiento
8.6. Requisitos de aplicación

Tema 9. Método Gráfico

9.1. Definición
9.2. Objetivo
9.3. Características
9.4. Importancia
9.5. Información para el análisis
9.6. Procedimiento

Tema 10. Método DuPont

10.1. Definición
10.2. Objetivo
10.3. Características
10.4. Importancia
10.5. Como una estructura de análisis
10.6. Fusión del estado de resultados y el balance general

Asignatura 21

Dirección Comercial II

Tema 1. Negociación comercial

1.1. Fundamentos de la negociación comercial
1.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
1.3. Principales métodos de negociación
1.4. El proceso negociador

Tema 2. Fundamentos de la dirección comercial

2.1. La función de la Dirección Comercial
2.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
2.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
2.4. Principales estrategias competitivas

Tema 3. Toma de decisiones en gestión comercial

3.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
3.2. Modelos de toma de decisiones.
3.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
3.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones

Tema 4. Dirección y gestión de la red de ventas

4.1. Sales Management. Dirección de ventas
4.2. Redes al servicio de la actividad comercial
4.3. Políticas de selección y formación de vendedores
4.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
4.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información

Tema 5. Implementación de la función comercial

5.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales. Descripción del puesto
5.2. Control de la actividad comercial
5.3. El código deontológico del personal comercial
5.4. Cumplimiento normativo
5.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas

Tema 6. Gestión financiera y presupuestaria

6.1. El Umbral de Rentabilidad
6.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
6.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
6.4. Gestión del ciclo. Rotaciones. Liquidez
6.5. Cuenta resultados

Tema 7. Fundamentos de mercadotecnia

7.1. Concepto de mercadotecnia
7.2. Elementos básicos de la mercadotecnia
7.3. Actividades de mercadotecnia de la empresa

Tema 8. Mercadotecnia: de la idea al mercado

8.1. El proceso de mercadotecnia
8.2. Las ideas como oportunidades de negocio
8.3. Mercadotecnia, impulso hacia el mercado

Tema 9. Nuevo entorno competitivo

9.1. Concepto de Entorno Competitivo
9.2. El Modelo de Porter como análisis de los factores del entorno competitivo
9.3. Nuevos factores del Entorno Competitivo
9.4. El Nuevo Entorno Competitivo: Características

Tema 10. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas

10.1. Introducción
10.2. Tamaño muestral
10.3. Muestreo
10.4. Tipos de Técnicas Cuantitativas

Tema 11. Métodos y técnicas de investigación cualitativas

11.1. Introducción
11.2. Tipos de Investigación Cualitativa
11.3. Técnicas de Investigación Cualitativa

Tema 12. Segmentación de mercados

12.1. Concepto de segmentación de mercados
12.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
12.3. Segmentación de mercados de consumo
12.4. Segmentación de mercados industriales
12.5. Estrategias de segmentación
12.6. La segmentación con base a criterios del mercadotecnia-mix
12.7. Metodología de segmentación del mercado

Tema 13. Tipos de comportamiento de compra

13.1. El Proceso de Decisión de Compra
13.2. Las Etapas en el Proceso de Compra
13.3. Tipos de Comportamiento de Compra
13.4. Características de los tipos de Comportamiento de Compra

Tema 14. Sistemas de información de mercadotecnia

14.1. Concepto del Sistema de Información de Mercadotecnia (SIM)
14.2. Características del Sistema de Información de Mercadotecnia (SIM)
14.3. La Información en el Sistema de Información de Mercadotecnia (SIM)
14.4. Estructura del Sistema de Información de Mercadotecnia (SIM)

Tema 15. Gestión de proyectos de investigación

15.1. La Investigación de Mercados como un proceso
15.2. Etapas de Planificación en la Investigación de Mercados
15.3. Etapas de Ejecución en la Investigación de Mercados
15.4. Gestión de un Proyecto de Investigación

Tema 16. Inteligencia de mercados

16.1. Concepto de Inteligencia en Mercadotecnia
16.2. Áreas de Inteligencia en Mercadotecnia
16.3. La Vigilancia en Inteligencia de Mercadotecnia
16.4. Los Paneles como fuentes de información para Inteligencia en Mercadotecnia

Asignatura 22

Régimen fiscal de la empresa

Tema 1. Generalidades

1.1. Antecedentes
1.2. Ingreso del Estado y objeto
1.3. Derecho fiscal
1.4. La Ley fiscal
1.5. Los impuestos fiscales
1.6. La obligación fiscal
1.7. Extinción de la obligación fiscal

Tema 2. El contribuyente y su vinculación fiscal

2.1. Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) y avisos
2.2. Devoluciones y compensaciones
2.3. Firma electrónica, trámite de la contraseña por diversos medios y su actualización
2.4. Declaraciones, pagos, garantías y remanentes
2.5. Trámites para Padrones
2.6. Aclaraciones, quejas, denuncias, reconocimientos y sugerencias
2.7. Solicitudes, avisos, documentos diversos y digitales

Tema 3. Código fiscal de la federación

3.1. Código Fiscal de la Federación, Capítulo I y II
3.2. Reglamento
3.3. Obligaciones fiscales de los contribuyentes
3.4. Infracciones y sanciones
3.5. Delitos fiscales y sanciones
3.6. Facultades y atributos de las autoridades fiscales
3.7. Obligaciones de las autoridades fiscales

Tema 4. Impuesto sobre la Renta (ISR) personas físicas

4.1. Disposiciones generales
4.2. Ingresos por salarios y asimilados, por actividades empresariales y profesionales
4.3. Arrendamiento y en general por otorgar el uso o goce temporal de inmuebles
4.4. Enajenación y adquisición de Bienes
4.5. Ingresos por Intereses, dividendos y demás Ingresos
4.6. Requisitos de las deducciones, deducciones personales, de Inversiones y no deducibles
4.7. Tratamiento de las Pérdidas Fiscales

Tema 5. Impuesto sobre la Renta (ISR) personas Morales

5.1. Ingresos acumulables y momento de acumulación
5.2. Determinación del ajuste anual por inflación
5.3. Requisitos importantes de las deducciones
5.4. Deducciones autorizadas y sobre inversiones
5.5. Determinación del resultado fiscal y amortización de pérdidas fiscales
5.6. Cuenta de Utilidad Fiscal Neta y Cuenta de Capital de Aportación Actualizado
5.7. Pagos provisionales y Declaración anual

Tema 6. Impuesto al Valor Agregado (IVA)

6.1. Antecedentes
6.2. Disposiciones generales
6.3. Impuesto acreditable
6.4. Declaraciones
6.5. Actividades personas físicas
6.6. Obligaciones de los contribuyentes
6.7. Tratamiento de devoluciones y compensaciones

Tema 7. Impuesto Especial Sobre la Producción y Servicios (IEPS)

7.1. Antecedentes
7.2. Sujetos
7.3. Aplicación del Impuesto Especial Sobre la Producción y Servicios IEPS
7.4. Obligaciones de los contribuyentes
7.5. Cálculo del impuesto
7.6. Acreditación del impuesto
7.7. Forma de declarar el impuesto
7.8. Pago del impuesto

Tema 8. Procedimientos y recursos administrativos

8.1. Las notificaciones
8.2. La garantía de interés fiscal
8.3. Procedimientos administrativos de ejecución
8.4. Definición del recurso administrativo
8.5. Procedencia del recurso de acuerdo al código fiscal
8.6. Casos en que no procede el recurso
8.7. Trámite y resolución del recurso

Tema 9. Estímulos fiscales.

9.1. Antecedentes
9.2. Definición
9.3. Objetivo
9.4. Características
9.5. Aplicación
9.6. Principales estímulos fiscales
9.7. Acreditamiento de estímulos fiscales

Tema 10. Precios de transferencia

10.1. Antecedentes
10.2. Aspectos generales
10.3. Obligaciones en Materia de Precios de Transferencia
10.4. Tipos de Operaciones
10.5. Características de la Comparabilidad
10.6. Operaciones de Maquila
10.7. Métodos

Asignatura 23

Dirección de Recursos Humanos

Tema 1. Comportamiento organizacional

1.1. Teoría de la organización
1.2. Elementos clave del cambio en las organizaciones
1.3. Perspectivas e instrumentos para la gestión del conocimiento

Tema 2. Dirección estratégica de personas

2.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
2.2. Formación y desarrollo de carreras
2.3. Planteamiento estratégico de la dirección de personas
2.4. Diseño e implementación de políticas y prácticas de personal

Tema 3. Desarrollo directivo y liderazgo

3.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
3.2. Motivación
3.3. Inteligencia emocional
3.4. Capacidades y habilidades del líder 2.0
3.5. Reuniones eficaces

Tema 4. Gestión del cambio

4.1. Análisis del rendimiento
4.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
4.3. Gestión de procesos de cambio
4.4. Gestión de equipos multiculturales

Tema 5. Negociación y gestión de conflictos

5.1. Técnicas de negociación efectiva
5.2. Conflictos interpersonales
5.3. Negociación intercultural

Tema 6. Comunicación directa

6.1. Comunicación interpersonal
6.2. Habilidades comunicativas e influencia

Tema 7. Gestión de equipos y desempeño de personas

7.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
7.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
7.3. Coaching y gestión de equipos
7.4. Gestión de la igualdad y diversidad

Tema 8. Gestión del conocimiento y del talento

8.1. Gestión del Capital Humano
8.2. Entorno, estrategia y métrica
8.3. Innovación en la gestión de personas
8.4. Comunicación interna y plan de comunicación integral
8.5. Barreras para la comunicación empresarial

Asignatura 24

Contabilidad corporativa y de gestión

Tema 1. Aspectos teóricos de la contabilidad corporativa y de gestión

1.1. Definición de ambas
1.2. Objetivos de ambas
1.3. Características de ambas
1.4. La contabilidad de costos, corporativa, de gestión y directiva
1.5. Articulación de la contabilidad la financiera con la corporativa y de gestión
1.6. La contabilidad corporativa y de gestión como sistema de información que facilita la toma de decisiones
1.7. Adaptación de la contabilidad corporativa y de gestión a la organización

Tema 2. Factores circunstanciales

2.1. Globalización e internacionalización de los mercados
2.2. Incertidumbre creciente del entorno
2.3. Modificación de las normas reguladoras de actuación
2.4. Aumento importante de la competencia
2.5. Mercado controlado por una demanda cada vez más selectiva
2.6. La calidad como estrategia competitiva diferenciadora
2.7. Incremento de la diversidad de productos ofertados en el mercado

Tema 3. Empresa corporativa

3.1. Definición
3.2. Características
3.3. Liderazgo económico
3.4. Excelencia operativa
3.5. Eficacia en la gestión
3.6. El gerente corporativo
3.7. El contador Corporativo

Tema 4. Identidad corporativa

4.1. Definición
4.2. Objetivos
4.3. Características
4.4. Elementos de identificación
4.5. Importancia
4.6. Imagen corporativa
4.7. Diferentes enfoques de la marca

Tema 5. Estrategia corporativa

5.1. Definición
5.2. Objetivo
5.3. Características
5.4. Importancia
5.5. Entorno competitivo cambiante
5.6. Cambios estructurales derivados de la tecnología
5.7. Competencia global

Tema 6. Responsabilidad Social Corporativa

6.1. Antecedentes
6.2. Definición
6.3. Características
6.4. Principios
6.5. Enfoque corporativo
6.6. Cumplimiento de la legislación nacional
6.7. Cumplimiento de la legislación internacional

Tema 7. La contabilidad como medio de gestión

7.1. Antecedentes
7.2. Enlace entre la contabilidad y la gestión
7.3. La gestión de la contabilidad para la toma de decisiones
7.4. La influencia de la estructura organizativa en la gestión de la contabilidad
7.5. La gestión dentro de un nuevo contexto productivo
7.6. Áreas de gestión contable
7.7. El Contador como medio de gestión

Tema 8. Perspectivas de la gestión contable

8.1. Antecedentes
8.2. Características
8.3. Importancia
8.4. En función de la globalización económica
8.5. En función de la tecnología de la información
8.6. Crear valor empresarial
8.7. Predecir que las operaciones futuras de la empresa

Tema 9. La contabilidad de gestión para los estándares internacionales

9.1. Antecedentes
9.2. Técnicas de gestión
9.3. Sistema de información
9.4. Procesos de las normas contables
9.5. Adopción de las normas internacionales
9.6. Estados financieros evaluadores de la gestión empresarial
9.7. Efectos de las normas internacionales

Tema 10. Aplicación de la contabilidad corporativa y de gestión

10.1. Identificación de sus elementos
10.2. Modelo contable
10.3. Estructura contable y financiera
10.4. Mecánica contable
10.5. Libros de registro
10.6. Documentos contables
10.7. Estados financieros

Asignatura 25

Estrategias de mercadotecnia digital

Tema 1. Administración de negocios digitales

1.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
1.2. Diseño y creación de un plan de mercadotecnia digital
1.3. Planificación y contratación de medios digitales
1.4. Análisis del ROI en un plan de mercadotecnia digital

Tema 2. Mercadotecnia digital para reforzar la marca

2.1. Contenido de la marca y narración de cuentos
2.2. Hipersegmentación
2.3. Videomercadotecnia
2.4. Ventas sociales

Tema 3. Definir la estrategia de mercadotecnia digital

3.1. Mercadotecnia de circuito cerrado
3.2. Mercadotecnia de circuito continuo
3.3. Multicanal en mercadotecnia

Tema 4. Mercadotecnia digital para captar y fidelizar clientes

4.1. Hipersegmentación y Microlocalización
4.2. Estrategias de fidelización y vinculación a través de internet
4.3. Administración de la relación del visitante

Tema 5. Tendencias en la Mercadotecnia Digital

5.1. Redes de contacto digital
5.2. Avatar en mercadotecnia
5.3. Herramienta Bluecasting

Tema 6. Gestión de campañas digitales

6.1. Publicidad gráfica y medios de comunicación
6.2. Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización
6.3. Publicidad en Televisión Digital

Tema 7. Plan de mercadotecnia en línea

7.1. Investigación en línea
7.2. Creación del plan de mercadotecnia en línea
7.3. Configuración y activación
7.4. Lanzamiento y gestión

Tema 8. Mercadotecnia mixta

8.1. Integrando acciones encendido y apagado
8.2. Personalizar y segmentar
8.3. Mejorar la experiencia de usuario

Asignatura 26

Econometría

Tema 1. El método de estimación mínimos cuadrados ordinarios (MCO)

1.1. Modelo de regresión lineal
1.2. Tipos de contenidos
1.3. Línea general y estimación del método de estimación mínimos cuadrados ordinarios (MCO)

Tema 2. El método de estimación mínimos cuadrados ordinarios (MCO) en otros supuestos

2.1. Abandono de supuestos básicos
2.2. Comportamientos del método
2.3. Efecto de cambios de medidas

Tema 3. Propiedades de estimadores del método de estimación mínimos cuadrados ordinarios (MCO)

3.1. Momentos y propiedades
3.2. Estimación de varianzas
3.3. Formas matriciales

Tema 4. Cálculo de la varianza del método de estimación mínimos cuadrados ordinarios (MCO)

4.1. Conceptos básicos
4.2. Contrastes de hipótesis
4.3. Coeficientes del modelo

Tema 5. Contrastes de hipótesis en el modelo de regresión lineal

5.1. Contraste T
5.2. Contraste F
5.3. Contraste global

Tema 6. Intervalos de confianza

6.1. Objetivos
6.2. En un coeficiente
6.3. En una combinación de coeficientes

Tema 7. Problemas de especificación

7.1. Uso y concepto
7.2. Tipos de problemas
7.3. Variables explicativas no observables

Tema 8. Predicción en el modelo de regresión lineal

8.1. Predicción
8.2. Intervalos de un valor medio
8.3. Aplicaciones

Tema 9. Análisis de residuos en la predicción lineal

9.1. Objetivos y conceptos generales
9.2. Herramientas de análisis
9.3. El análisis de residuos

Tema 10. Variables cualitativas en el Modelo de regresión lineal general (MRLG) I

10.1. Fundamentos
10.2. Modelos con varios tipos de información
10.3. Métricas lineales

Tema 11. Variables cualitativas en el Modelo de regresión lineal general (MRLG) II

11.1. Variables binarias
11.2. Utilización de variables ficticias
11.3. Series temporales

Tema 12. Autocorrelación

12.1. Conceptos básicos
12.2. Consecuencias
12.3. Contraste

Tema 13. Heterocedasticidad

13.1. Concepto y contrastes
13.2. Consecuencias
13.3. Series temporales

Asignatura 27

Dirección estratégica de Recursos Humanos

Tema 1. Evolución de los Recursos Humanos (RR.HH.). Una visión integrada

1.1. Base de datos e Inteligencia de Negocio (BI)
1.2. Análisis y modelización de datos de los Recursos Humanos RR.HH.
1.3. Diseño y desarrollo de métricas de los Recursos Humanos RR.HH.

Tema 2. Pensamiento estratégico y sistema

2.1. La empresa como un sistema
2.2. Pensamiento estratégico derivado de la cultura corporativa
2.3. El planteamiento estratégico desde la dirección de personas

Tema 3. Planificación y gestión de proyectos del departamento de Recursos Humanos

3.1. Claves para el diseño e implantación de un cuadro de mando
3.2. Dimensionamiento y Planificación de Plantillas
3.3. El apoyo a las operaciones: las políticas de personal

Tema 4. Diseño organizativo estratégico

4.1. Modelo de socios comerciales
4.2. Servicios Compartidos
4.3. Subcontratación

Tema 5. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección

5.1. Formación y desarrollo de carreras
5.2. Planteamiento estratégico de la dirección de personas
5.3. Diseño e implementación de políticas y prácticas de personal

Tema 6. Liderazgo estratégico

6.1. Modelos de liderazgo
6.2. Entrenamiento
6.3. Tutoría
6.4. Liderazgo transformacional

Tema 7. Auditoría y control de la dirección de Recursos Humanos

7.1. Razones para la auditoría de la dirección de Recursos Humanos
7.2. Herramientas de recogida de información y de análisis
7.3. El informe de auditoría

Asignatura 28

Dirección de operaciones

Tema 1. La dirección de producción

1.1. Concepto
1.2. Historia
1.3. Principales enfoques

Tema 2. Dirección de operaciones

2.1. Funciones
2.2. Objetivos
2.3. Planificación

Tema 3. Dirección de estrategias

3.1. Competencias
3.2. Análisis estratégico
3.3. Fortalezas y debilidades

Tema 4. Diseño de nuevos productos

4.1. El proceso de diseño
4.2. El factor tiempo
4.3. Técnicas de diseño y desarrollo

Tema 5. Selección de nuevos productos

5.1. Economías de alcance
5.2. Fábricas enfocadas
5.3. Eficacia

Tema 6. Diseño del proceso de nuevos productos

6.1. Reingeniería
6.2. Automatización de procesos
6.3. Evaluación e implantación

Tema 7. La distribución física de las instalaciones

7.1. Tipos de distribución en planta
7.2. Modelos de distribución de instalaciones
7.3. Evaluación

Tema 8. El factor humano I

8.1. Conceptos y estructura
8.2. Productividad
8.3. Ergonomía

Tema 9. El factor humano II

9.1. Seguridad e higiene
9.2. Planes incentivos
9.3. Curvas de aprendizaje

Tema 10. Gestión de calidad

10.1. Concepto y dimensiones
10.2. Costes y gestión
10.3. Premios a la excelencia

Tema 11. Planificación de operaciones a medio y corto plazo

11.1. Conceptos
11.2. Planificación agregada
11.3. Plan maestro de producción

Tema 12. Gestión de inventarios

12.1. Naturaleza de los inventarios
12.2. Modelos
12.3. Periodos económicos

Tema 13. Gestión de inventarios con demanda

13.1. Planificación y elementos
13.2. Evolución y valoración

Tema 14. El Sistema Justo a tiempo

14.1. Filosofía
14.2. Elementos y ventajas
14.3. Sistemas tirar y empujar

Tema 15. Gestión de cadena de suministros

15.1. Aprovisionamiento y logística
15.2. Administraciones de almacenes
15.3. Distribución física

Tema 16. Planificación de proyectos

16.1. Planificación y elementos
16.2. Programación y control

Tema 17. Control de proyectos

17.1. Técnicas de programación y control
17.2. Limitaciones del método CPM/Pert

Asignatura 29

Dirección Estratégica de la Empresa I

Tema 1. Análisis y diseño organizacional

1.1. Cultura organizacional
1.2. Análisis organizacional
1.3. Diseño de la estructura organizacional

Tema 2. Estrategia corporativa

2.1. Estrategias de Nivel Corporativo (CLS)
2.2. Gestionando la Estrategia Corporativa
2.3. Enmarcando la Estrategia Corporativa (UEN)

Tema 3. Planificación y Formulación Estratégica

3.1. Pensamiento estratégico
3.2. Formulación y Planificación estratégica
3.3. Cuadro de Mando Integral

Tema 4. Modelos y patrones estratégicos

4.1. Escenario de estrategia (S2S)
4.2. Ventajas sostenibles
4.3. Riqueza, Valor y Retorno de la inversión

Tema 5. Dirección estratégica

5.1. Establecer la posición estratégica: Misión, Visión y Valores
5.2. Desarrollo de nuevos negocios
5.3. Crecimiento y consolidación de la empresa

Tema 6. Implantación y ejecución estratégica

6.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
6.2. Mapa estratégico
6.3. Diferenciación y alineamiento

Tema 7. Directivo en Administración

7.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
7.2. Política de Gestión y Procesos
7.3. Conocimiento administrativo

Tema 8. Análisis y resolución de casos/ problemas

8.1. Método de Resolución de Problemas
8.2. Método del Caso
8.3. Toma de decisiones

Asignatura 30

Tecnología e información en la empresa digital

Tema 1. Entornos tecnológicos

1.1. El ambiente tecnológico
1.2. Funcionamiento e importancia de las Tecnologías de la Información en la compañía
1.3. Necesidades y áreas de oportunidad

Tema 2. Dirección de sistemas de información

2.1. Sistemas de información empresarial
2.2. Decisiones estratégicas
2.3. Rol del Director de tecnologías (CIO)

Tema 3. Planificación estratégica de Sistemas de Información

3.1. El proceso de planificación estratégica
3.2. Formulación de la estrategia de Sistemas de Información
3.3. Plan de implantación de la estrategia

Tema 4. Sistemas de información e inteligencia de negocios

4.1. Administración de la Relación con el cliente (CRM) e inteligencia de negocios
4.2. Gestión de Proyectos en inteligencia de negocios
4.3. Arquitectura de inteligencia de negocios

Tema 5. Aplicaciones de gestión corporativa

5.1. Análisis de empresa y sectores industriales
5.2. Modelos de negocio basados en internet
5.3. El valor de las tecnologías de la información en la empresa

Tema 6. Transformación digital

6.1. Modelos de negocio de base tecnológica
6.2. Capacidades para innovar
6.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

Tema 7. Tecnologías y tendencias

7.1. Estrategias de Comercio Electrónico
7.2. Estrategias en socia media
7.3. Modelos de Comercio Electrónico

Tema 8. Subcontratación de Tecnologías de la Información

8.1. Determinación de objetivos en tecnologías de la información
8.2. Selección de proveedores

Asignatura 31

Análisis de mercados y valores financieros

Tema 1. El entorno económico y los mercados financieros

1.1. Medición de la actividad financiera
1.2. Principales agregados financieros
1.3. Mercados y control de los flujos financieros
1.4. La crisis financiera actual

Tema 2. Gestión bancaria

2.1. Titulizaciones
2.2. Derivados y productos estructurados
2.3. Financiaciones sindicadas
2.4. Estudio de la rentabilidad obtenida

Tema 3. Instrumentos y mercados financieros

3.1. Renta Fija. Valoración y fijación del Precio
3.2. Renta Variable
3.3. Derivados
3.4. Fondos de Inversión

Tema 4. Análisis y planificación financiera

4.1. Análisis del balance de situación
4.2. Análisis de la cuenta de resultados
4.3. Análisis de la rentabilidad

Tema 5. Productos financieros

5.1. Activos de renta fija pública y variada
5.2. Activos de renta variable
5.3. Productos financieros derivados
5.4. Productos financieros estructurados

Tema 6. Inversión colectiva

6.1. Productos financieros de inversión colectiva
6.2. Instituciones nacionales de inversión colectiva
6.3. Inversión colectiva a nivel internacional

Tema 7. Gestión de carteras

7.1. Teoría de Carteras
7.2. Estilos de Gestión de Renta Fija y de Variable
7.3. Estilos de Gestión de Carteras Mixtas
7.4. Técnicas de Asignación de activos

Tema 8. Banca privada

8.1. Banca Privada o gestión de patrimonios
8.2. Inversión al por menor e inversión Institucional
8.3. Activos y estructuras diferenciales

Asignatura 32

El ámbito digital y la internacionalización de la empresa

Tema 1. Estrategia comercial e internacional

1.1. Internacionalización
1.2. Crecimiento y desarrollo en mercados emergentes
1.3. Sistema monetario internacional

Tema 2. Dirección estratégica de negocios internacionales

2.1. La internacionalización en el nuevo orden mundial
2.2. La influencia de la cultura en los negocios internacionales
2.3. La selección de mercados y países
2.4. Deslocalización

Tema 3. Estrategias de internacionalización

3.1. Razones y Requisitos para la salida a mercados exteriores
3.2. Alianzas estratégicas en el proceso de expansión internacional
3.3. Formas de entrada en nuevos mercados internacionales

Tema 4. Decisiones de internacionalización

4.1. Estudios de mercado y toma de decisiones
4.2. Elección de la localización y modo de operación
4.3. Elección de la forma jurídica adecuada

Tema 5. Etapas del proceso de internacionalización

5.1. Análisis de demanda internacional
5.2. Diagnóstico del potencial de exportación
5.3. Planificación de la internacionalización
5.4. Etapas en la exportación

Tema 6. Internacionalización según el tipo de empresa

6.1. Empresas de producto y empresas de servicio
6.2. Empresas internacionalizadas y empresas multinacionales
6.3. La pyme y su modelo de internacionalización

Tema 7. Obstáculos a la internacionalización

7.1. Restricciones legales
7.2. Obstáculos logísticos, financieros y comerciales
7.3. Obstáculos en la inversión directa

Tema 8. Gestión intercultural

8.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
8.2. La globalización en la gestión empresarial
8.3. Liderazgo intercultural

Asignatura 33

Creación y gestión de empresas en el entorno digital

Tema 1. Entorno económico global

1.1. Fundamentos de la economía global
1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
1.3. Emprendimiento y nuevos mercados

Tema 2. Finanzas corporativas

2.1. Política financiera y crecimiento
2.2. Métodos de valoración de empresas
2.3. Estructura de capital y apalancamiento financiero

Tema 3. Análisis económico de decisiones

3.1. Control Presupuestario
3.2. Análisis de la competencia
3.3. Análisis comparativo
3.4. Toma de decisiones
3.5. La inversión o desinversión empresarial

Tema 4. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa

4.1. Evolución del modelo de Tecnologías de la Información
4.2. Organización y Departamento de la Tecnología de la Información
4.3. Tecnologías de la información y entorno económico

Tema 5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica

5.1. Creación de valor para clientes y accionistas
5.2. Decisiones estratégicas de Sistemas de Información/Tecnologías de la información (SI/TI)
5.3. Estrategia corporativa vs estrategia tecnológica y digital

Tema 6. Sistemas de información para la toma de decisiones

6.1. Inteligencia de negocios
6.2. Almacén de datos
6.3. Cuadro de Mando Integral (BSC)

Tema 7. Estrategia digital

7.1. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
7.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
7.3. Estrategia e internet

Tema 8. Modelos de negocio basados en internet

8.1. Análisis de empresas establecidas en el sector tecnológico
8.2. Sistemas de generación de modelos de negocio
8.3. Análisis de modelos de negocio innovadores en sectores tradicionales
8.4. Análisis de modelos de negocio innovadores en Internet

Tema 9. Sistemas de empresa basados en la colaboración

9.1. Los sistemas de gestión de clientes: Administración de la relación con el cliente (CRM)
9.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
9.3. Sistemas de comercio electrónico

Tema 10. Negocios sociales

10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)
10.3. Como rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales
10.4. Movilidad y el negocio digital

Asignatura 34

Dirección estratégica de la empresa II

Tema 1. Alianzas estratégicas

1.1. Empresas conjuntas
1.2. Consorcios de exportación
1.3. Centrales de compra
1.4. Otros tipos de cooperación

Tema 2. Emprendimiento corporativo

2.1. Exploración de nuevas oportunidades de negocio
2.2. Creación de prototipos y desarrollo interno
2.3. Agentes de cambio interno
2.4. Proyectos emergentes y disrupción

Tema 3. Innovación estratégica

3.1. Innovación abierta y triple hélice
3.2. Factores de éxito y fracaso de la innovación
3.3. Impacto de la gestión de la innovación en la performance empresarial
3.4. Pensamiento creativo y El pensamiento de diseño

Tema 4. Políticas de inversión

4.1. Métodos de valoración de empresas
4.2. Estrategia y control de riesgos
4.3. Fuentes de financiación

Tema 5. Fusiones y adquisiciones

5.1. Implicaciones financieras y organizativas de las Fusiones y Adquisiciones
5.2. Análisis y valoración de sinergias
5.3. Técnicas y enfoques de la negociación

Tema 6. Estrategias de diversificación

6.1. Especialización vs diversificación
6.2. Elección del modo de entrada en la diversificación
6.3. Diversificación empresarial y resultados
6.4. Estrategias de reestructuración de la cartera de negocios

Asignatura 35

Dirección de la innovación en un entorno digital

Tema 1. Pensamiento de diseño

1.1. La estrategia del Océano Azul
1.2. Innovación colaborativa
1.3. Innovación abierta

Tema 2. Inteligencia estratégica de la innovación

2.1. Vigilancia tecnológica
2.2. Prospectiva tecnológica
2.3. Investigación de tendencias

Tema 3. Emprendimiento e innovación

3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio
3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos
3.3. Sistemas de gestión de la innovación
3.4. Habilidades blandas de un emprendedor

Tema 4. Gestión de startups

4.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
4.2. Métricas financieras para Inauguración
4.3. Planificación financiera: modelos de proyecciones y su interpretación
4.4. Métodos de valoración
4.5. Aspectos legales

Tema 5. El plan de negocio

5.1. Business Plan en la era digital
5.2. Modelo de Lienzo de modelo de negocio (CANVAS)
5.3. Modelo de propuesta de valor
5.4. Contenido y presentación

Tema 6. Gestión de proyectos

6.1. Desarrollo ágil
6.2. Gestión eficiente en inauguración
6.3. Seguimiento y dirección de proyectos

Tema 7. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación

7.1. La fase semilla
7.2. La Fase de inauguración
7.3. Fase de crecimiento
7.4. Fase de Consolidación

Tema 8. Financiación de startups

8.1. Financiación bancaria
8.2. Subvenciones
8.3. Capital semilla y aceleradoras. Ángeles de negocio
8.4. Venture Capital. Oferta pública inicial (IPO)
8.5. Asociación público-privada

Tema 9. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales

9.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
9.2. Entidades de Venture Capital nacionales e internacionales
9.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc. Bstartup
9.4. FOND-ICO Global
9.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & play

Tema 10. Administración eficiente

10.1. Principios básicos de la Administración eficiente
10.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
10.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

Asignatura 36

Habilidades directivas

Tema 1. Las personas en las organizaciones

1.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
1.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
1.3. Coaching y gestión de equipos
1.4. Gestión de la igualdad y diversidad

Tema 2. Gestión del talento

2.1. Concepto de Gestión del Talento
2.2. Funciones y procesos en la gestión del talento
2.3. Técnicas de gestión del talento
2.4. Tendencias en la gestión del talento

Tema 3. Desarrollo directivo y liderazgo

3.1. Concepto de Desarrollo Directivo
3.2. Concepto de Liderazgo
3.3. Teorías del Liderazgo
3.4. Estilos de Liderazgo
3.5. La Inteligencia en el Liderazgo
3.6. Los desafíos del Líder en la actualidad

Tema 4. Gestión del cambio

4.1. Concepto de Gestión del Cambio
4.2. El Proceso de Gestión del Cambio
4.3. La Implementación del Cambio. El Modelo de Kotter

Tema 5. Comunicación estratégica

5.1. Comunicación interpersonal
5.2. Habilidades comunicativas e influencia
5.3. Comunicación interna y plan de comunicación integral
5.4. Barreras para la comunicación empresarial

Tema 6. Negociación y gestión de conflictos

6.1. Técnicas de negociación efectiva
6.2. Conflictos interpersonales
6.3. Negociación intercultural

Asignatura 37

Gestión de la innovación

Tema 1. Pensamiento creativo: innovación

1.1. La innovación en la empresa tecnológica
1.2. Técnicas de fomento de la creatividad
1.3. Proceso de concepción de ideas innovadoras

Tema 2. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos

2.1. Estrategias de innovación
2.2. Innovación abierta
2.3. Organización y cultura innovadoras
2.4. Equipos multifuncionales

Tema 3. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos

3.1. Diseño de nuevos productos
3.2. Diseño eficiente
3.3. Industrialización de nuevos productos
3.4. Fabricación y montaje

Tema 4. Sistemas de gestión de la Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

4.1. Requisitos de un sistema de gestión de la Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
4.2. Línea de acción, actividad, proceso y procedimiento
4.3. Marco recomendado para la gestión de la Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

Tema 5. Auditoría y certificación de la Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

5.1. Principios básicos de las auditorías de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
5.2. Fases de una auditoria de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
5.3. Certificaciones en el ámbito de la Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
5.4. Certificación de sistemas de gestión de la Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

Tema 6. Herramientas para la gestión de la Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

6.1. Diagrama causa-efecto para Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
6.2. Selección ponderada para Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
6.3. Diagrama de Pareto para Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
6.4. Matriz de prioridades para Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

Tema 7. Evaluación comparativa aplicado a Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

7.1. Tipos de evaluación comparativa
7.2. El proceso de evaluación comparativa en Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
7.3. Metodología del proceso de evaluación comparativa aplicado a la Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
7.4. Ventajas de la evaluación comparativa

Tema 8. Reingeniería para la innovación radical de los procedimientos de negocio de la empresa

8.1. Orígenes y evolución de la reingeniería de procesos
8.2. Objetivos de la reingeniería
8.3. Enfoque correcto de la reingeniería

Tema 9. Dirección y administración de proyectos de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

9.1. Elementos que componen un proyecto de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
9.2. Etapas más significativas de un proyecto de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
9.3. Procesos para la gestión de proyectos de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

Tema 10. Gestión de la calidad en proyectos de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

10.1. El sistema de gestión de la calidad en proyectos de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
10.2. Planes de calidad en los proyectos de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i
10.3. Contenido de un plan de calidad de proyectos de Investigación, desarrollo e innovación I+D+i

Asignatura 38

Estrategia del negocio digital

Tema 1. Estrategia digital

1.1. Modelos de negocio basados en internet
1.2. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
1.3. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
1.4. Estrategia e internet

Tema 2. Estrategia de abastecimiento

2.1. Herramientas para desarrollar la estrategia de abastecimiento
2.2. Computación en la nube
2.3. Tecnologías de la información de la administración de abastecimiento

Tema 3. Tecnologías de la información de gobernanza

3.1. Análisis de tendencias actuales y mejores prácticas en la función de tecnologías de la información
3.2. Retos y decisiones clave en la gestión
3.3. Procedimientos de gestión, requisitos, estrategias y modelos de subcontratación

Tema 4. Negocios sociales

4.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
4.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias Tecnologías de la Información y la comunicación (TIC)
4.3. Como rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales
4.4. Movilidad y el negocio digital

Tema 5. Administración de proceso de negocio

5.1. La gestión de la empresa por procesos
5.2. Reingeniería de procesos
5.3. Los sistemas de información de las empresas

Tema 6. Sistemas de empresa basados en la colaboración en internet

6.1. Los sistemas de gestión de clientes: Administración de las Relaciones con el cliente (CRM)
6.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
6.3. Sistemas de comercio electrónico

Tema 7. Sistemas para la gestión del conocimiento y la colaboración en la empresa

7.1. La gestión de contenidos
7.2. Trabajo colaborativo y portales de empleados
7.3. Políticas y procesos de gestión del conocimiento

Tema 8. Organización efectiva de la unidad de sistemas

8.1. Tecnologías de la información de gobernanza
8.2. Riesgos de implementación
8.3. Riesgos de explotación

Tema 9. Internalización empresa a empresa (B2B)

9.1. Herramientas para identificación y contacto
9.2. Estrategias digitales de internacionalización empresa a empresa B2B
9.3. Brand Management para mercados empresa a empresa B2B

Tema 10. Internalización empresa a consumidor (B2C)

10.1. Herramientas para los procesos de trabajo de las empresas Internacionales
10.2. Estrategias digitales de internacionalización empresa a consumidor B2C
10.3. Monitorización empresa a consumidor B2C

Tema 11. Logística internacional

11.1. Modos de logística internacional
11.2. Logística con mercados
11.3. Logística triangulación de envíos

Asignatura 39

Comercio electrónico

Tema 1. Diseño de Experiencia de Usuario (UX)

1.1. Arquitectura de información
1.2. Posicionamiento en buscadores (SEO) y Analítica para Diseño de Experiencia de Usuario (UX)
1.3. Páginas de destino

Tema 2. Términos técnicos del diseño de Experiencia de Usuario (UX)

2.1. Esquema de página y componentes
2.2. Patrón de interacción y flujo de navegación
2.3. Perfil de usuario
2.4. Proceso y embudo de proceso

Tema 3. Investigación

3.1. Investigación en proyectos de diseño de interfaz
3.2. Enfoque cualitativo y cuantitativo
3.3. Comunicar los resultados de la investigación

Tema 4. Diseño digital

4.1. Prototipo digital
4.2. Herramienta para crear prototipos Axure y diseño web Responsive
4.3. Diseño de interacción y diseño visual

Tema 5. Experiencia de usuario

5.1. Metodología de diseño centrado en el usuario
5.2. Técnicas de investigación de usuario
5.3. Implicar al cliente en el proceso
5.4. Gestión de la experiencia de compra

Tema 6. Diseñando la estrategia de experiencia de usuario

6.1. Árboles de contenido
6.2. Prototipos de alta fidelidad
6.3. Mapas de componentes
6.4. Guías de usabilidad

Tema 7. Evaluación de la usabilidad

7.1. Técnicas de evaluación de la usabilidad
7.2. Visualización de datos
7.3. Presentación de datos

Tema 8. Gestión del valor y la experiencia del cliente

8.1. Uso de narrativas y el arte de contar una historia
8.2. La Colaboración de mercadotecnia como estrategia
8.3. Gestión del Mercadotecnia de contenidos
8.4. El retorno de la inversión de la gestión de la experiencia del cliente

Asignatura 40

Administración de redes sociales en la empresa

Tema 1. Web 2.0 o web social

1.1. La organización en la era de la conversación
1.2. La web 2.0 son las personas
1.3. Nuevos entornos, nuevos contenidos

Tema 2. Comunicación y reputación digital

2.1. Gestión de crisis y reputación corporativa en línea
2.2. Informe de reputación en línea
2.3. Etiqueta de red y buenas prácticas en las redes sociales
2.4. La marca y redes de contactos 2.0

Tema 3. Plataformas generalistas, profesionales y microblogueo

3.1. Facebook
3.2. Linkedin
3.3. Twitter

Tema 4. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad

4.1. Youtube
4.2. Instagram
4.3. Flickr
4.4. Vimeo
4.5. Pinterest
4.6. TikTok

Tema 5. Herramienta de Blogging corporativo

5.1. Cómo crear un blog
5.2. Cómo crear un plan de contenidos para tu blog
5.3. Estrategia de curación de contenidos

Tema 6. Estrategias en redes sociales

6.1. El plan de comunicación corporativa 2.0
6.2. Las relaciones públicas corporativas y las redes sociales
6.3. Análisis y evaluación de resultados

Tema 7. Administración de redes sociales

7.1. Funciones, tareas y responsabilidades del Administrador de la comunidad
7.2. Gerente de redes sociales
7.3. Estratega de redes sociales

Tema 8. Plan de redes sociales

8.1. Diseño de un plan de redes sociales
8.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
8.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis

Tema 9. Tecnologías multidispositivo

9.1. Elección de tecnologías y plataformas de comercio electrónico SPAs/CMS
9.2. Elección de tecnologías APP IOS/ANDROID
9.3. Elección de conectores para integración ERPs

Tema 10. Exploradores y nuevas tendencias

10.1. Plataformas Google Chrome y Google My Business
10.2. Buscador web Bing y sus métricas
10.3. Plataforma Marketplaces como exploradores
10.4. Exploradores más usados en el mundo por regiones
10.5. Aplicaciones que sustituyen a los exploradores tradicionales



03

Objetivos y competencias

Siendo la dirección y administración de empresas una cuestión amplia y compleja, el objetivo de esta Licenciatura no es otro sino el de proporcionar al estudiante las herramientas y conocimientos necesarios para liderar proyectos empresariales de éxito. Usando la economía, estadística, mercadotecnia y dirección más avanzadas, el egresado estará en una posición privilegiada para aventajar a sus competidores y mejorar ostensiblemente sus posibilidades de encontrar un puesto directivo de prestigio, acorde a las habilidades que posee.





Gracias a este programa serás capaz de dirigir proyectos exitosos que supondrán una gran ventaja competitiva para tu empresa”

Objetivos generales

- Conocer la forma correcta de administrar y gestionar empresas de todos los tamaños y sectores
- Saber trabajar la contabilidad y las finanzas de una empresa
- Saber trabajar con los sistemas de gestión de la información
- Entender el funcionamiento del panorama empresarial dentro del mundo digital
- Conocer los fundamentos de la administración de empresas a partir de la descripción de sus elementos, su entorno, función y organización
- Contar con los elementos necesarios para una toma de decisiones asertiva
- Entender el papel preponderante de la innovación como diferenciador para el establecimiento de planes de negocio
- Tener una visión global del funcionamiento de la economía a nivel mundial
- Saber aplicar y trabajar con las matemáticas empresariales
- Entender qué son las Tecnologías de la Información y la Comunicación y su importancia para las empresas
- Saber analizar el funcionamiento global de la econometría
- Conocer los fundamentos de la administración de empresas a partir de la descripción de sus elementos, su entorno, función y organización
- Contar con los elementos necesarios para una toma de decisiones asertiva
- Aplicar los distintos métodos de selección, agrupamiento y presentación de datos
- Diseñar y seleccionar muestras identificando los medios, técnicas e instrumentos de registro de información
- Interpretar las características, funciones y tipologías de los diversos sistemas de tecnologías de la información
- Entender los cambios en la demanda interior y extranjera

Objetivos por asignatura

Administración de empresas: introducción y organización

- Conocer los fundamentos de la administración de empresas a partir de la descripción de sus elementos, su entorno, función y organización para contar con los elementos necesarios para una toma de decisiones asertiva, dentro del ámbito de la dirección y administración

Introducción a la contabilidad

- Identificar los aspectos fundamentales de la contabilidad sobre las cuales se desarrolla el proceso contable para la determinación de la información financiera el estado de resultados y los libros de registro contables de una determinada institución, empresa u organización, con la finalidad de facilitar las funciones de planeación, control y toma de decisiones ante diversas situaciones

Matemáticas empresariales

- Conocer los elementos básicos que conforman las matemáticas empresariales tales como: álgebra lineal y matricial, matrices, transposición matricial, cálculo, inversión matricial, sistemas de ecuaciones, así como sus usos, las diferentes técnicas y métodos matemáticos existentes para aplicarlos dentro del marco financiero de la empresa

Fundamentos de mercadotecnia

- Conocer las bases y definiciones de mercadotecnia definiendo la importancia que tiene dentro del entorno empresarial y de las organizaciones, para diseñar las estrategias de publicidad, productos y servicios

Introducción a la economía

- Conocer los fundamentos de la oferta, la demanda y las preferencias del mercado que le permitan tener una visión crítica de la problemática económica nacional e internacional

Comunicación personal y organizacional

- Reconocer los conceptos básicos de la comunicación, a fin de desarrollar técnicas para mejorar la eficacia de la comunicación personal y en las organizaciones a través del uso de habilidades del pensamiento, y a la vez ubicar el fenómeno comunicativo dentro de la organización para desarrollar la comunicación asertiva dentro de ella

Derecho Mercantil y de sociedades

- Conocer el origen, características y clasificación de las sociedades mercantiles, así como su estructura y función, para comprender la importancia del Derecho Mercantil, aplicando sus principios al régimen de los sistemas que intervienen directa o indirectamente en la actividad mercantil

Microeconomía

- Identificar las variables básicas de la microeconomía, tales como: intervención pública. externalidades y bienes públicos, teoría de juegos estáticos y dinámicos, con el fin de integrar sus efectos dentro del entorno empresarial

Estadística I

- Reconocer los conceptos básicos de la estadística y la probabilidad para aplicar los distintos métodos de selección, agrupamiento y presentación de datos, diseñar y seleccionar muestras identificando los medios, técnicas e instrumentos de registro de información

Introducción a las tecnologías de la información y comunicación

- Describir las características, funciones y tipologías de los diversos sistemas de tecnologías de la información para el desarrollo de procesos formativos adaptables al nuevo contexto que implica intervenir en escenarios tecnológicos, con el fin de emplear sistemas de gestión empresarial y sistemas de ayuda a la toma de decisiones

Economía latinoamericana y mundial

- Integrar el sistema productivo, financiero y monetario latinoamericano e internacional a través del análisis de la estructura y los cambios sectoriales a fin de comprender la problemática que enfrenta la economía y el comercio en un mundo globalizado

Dirección Financiera I

- Determinar los sistemas financieros en la empresa con base en las fases de análisis y valoración de inversiones para su óptimo funcionamiento y para determinar y aplicar los adecuados criterios en cada entidad financiera, sin dejar de lado las implicaciones legales

Contabilidad Financiera I

- Integrar las condiciones del Sistema Financiero y de la actividad financiera en general, analizando las estrategias para la aplicación de los diferentes tipos de instrumentos financieros, con el fin de resolver problemas asociados con distintos productos del mercado bursátil

Macroeconomía

- Explicar los objetivos de la macroeconomía y los instrumentos de la política económica, para explicar el uso y el impacto de éstos dentro de los mercados de bienes y los mercados financieros, así como los cambios en la demanda interior y extranjera

Dirección Comercial I

- Reconocer la importancia de la publicidad para la empresa, a través de técnicas de investigación de mercados y la planificación de medios digitales, por lo que podrá realizar un análisis sectorial y competitivo

Estadística II

- Exponer los diversos modelos de distribución de probabilidad y estadística para una correcta toma de decisiones en relación a la situación de la empresa, inversiones futuras y manejo de los resultados de acuerdo a políticas de la empresa y la economía del país

Dirección de empresas

- Identificar la relación de la administración directiva con la empresa, así como sus principales funciones y adquirirá un panorama amplio sobre el proceso administrativo y lo aplicará dentro de sus funciones laborales

Dirección Financiera II

- Definir los elementos de la planificación y gestión como fundamento principal de la dirección financiera para desarrollar estrategias y así proponer soluciones a problemas financieros en términos de evolución de la empresa, y decisiones de inversión, impuestos, negociación y administración de riesgos

Inglés para negocios

- Fortalecer los conocimientos del correcto empleo de la lengua inglesa en el ámbito empresarial, empleando las estrategias y recursos lingüísticos que facilitarán el desempeño de las tareas laborales, adquiriendo así las habilidades para crear textos de distintos géneros, como emails, comunicados, informes y presentaciones además de elaborar discursos e interacciones sencillos formales e informales en distintos contextos

Análisis financiero

- Profundizar en el estudio de la información financiera, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de flujos de efectivo, la liquidez, solvencia y rentabilidad, así como en el análisis del desempeño económico y laboral de una empresa, combinando los principales indicadores financieros con el propósito de determinar el nivel de eficiencia de la empresa

Dirección Comercial II

- Descubrir la importancia de la función comercial y la investigación de mercados, las personas que intervienen, los actos de comercio, la empresa y sus elementos, determinando su metodología y técnicas para su aplicación en el área de la dirección comercial en la organización, así como del contexto interno y externo

Régimen fiscal de la empresa

- Examinar el marco legal de las contribuciones, además de interpretar la ley del impuesto sobre la renta a personas físicas y morales, analizando las infracciones y los delitos fiscales que en materia fiscal existen con la finalidad de tomar decisiones financieras

Dirección de Recursos Humanos

- Analizar la importancia de contar con personal adecuado en cada fusión de la empresa, así como las estrategias para su administración y dirección, gestionando los cambios corporativos y los conflictos que pudieran suscitarse

Contabilidad corporativa y de gestión

- Interpretar la contabilidad de gestión a partir del análisis del proceso de formación y asignación de costes en las corporaciones, los modelos contables, libros de registro y los estados financieros, utilizando los métodos de cálculo de portadores de coste, para emplearlos eficientemente en el ámbito laboral

Estrategias de mercadotecnia digital

- Analizar, adquirir y realizar las estrategias de mercadotecnia digital que sean de utilidad para mejorar las prácticas de publicidad de nuestro país y del contexto internacional, tomando en cuenta la terminología, los planes estratégicos y las campañas de publicidad digital

Econometría

- Analizar las teorías económicas mediante métodos de estimación, cálculos o por intervalos y contrastes de hipótesis tanto paramétricos como no paramétricos, con la finalidad de poder llevar a cabo evaluaciones políticas económicas del Gobierno de un país, como el análisis del efecto que una política social u obtener predicciones sobre la economía de un país

Dirección estratégica de Recursos Humanos

- Planificar los objetivos y ámbitos de la administración de los recursos humanos, realizando análisis de competencias, valoración de puestos y evaluación del desempeño laboral
- Analizar la estructura salarial, el coste del puesto de trabajo e implementar los programas de seguridad y salud en el trabajo

Dirección de operaciones

- Gestionar la dirección de operaciones aplicando métodos, herramientas y procedimientos que garanticen la calidad del desarrollo de productos evaluando su funcionamiento por medio de diversas pruebas y técnicas para así asegurar su utilidad

Dirección Estratégica de la Empresa I

- Proponer las estrategias y actitudes dentro de la empresa, definiendo los elementos directivos, sus funciones y competencias que favorezcan el desempeño, para implementarlos en el posicionamiento de la empresa

Tecnología e información en la empresa digital

- Integrar las nuevas Tecnologías de la Información en ambientes virtuales para el desarrollo de procesos formativos en diferentes ámbitos
- Adaptarse al nuevo contexto que implica intervenir y desarrollarse en la empresa digital

Análisis de mercados y valores financieros

- Comprender el funcionamiento del mercado financiero y sus implicaciones en las distintas áreas operativas de la gestión bancaria aplicando una visión crítica a la industria de los mercados y sus flujos financieros y su relación con el acontecer económico global

El ámbito digital y la internacionalización de la empresa

- Analizar el ámbito digital de la empresa y su relación con el acontecer global, identificando las estrategias de internacionalización, así como sus etapas
- Resolver obstáculos logísticos, financieros y comerciales

Creación y gestión de empresas en el entorno digital

- Analizar las implicaciones del entorno económico global en los negocios y las variables que deben considerarse en la toma de decisiones empresariales

Dirección estratégica de la empresa II

- Examinar los objetivos estratégicos en el ámbito de la función empresarial, así como los factores de éxito y fracaso de la innovación, valorando las técnicas y enfoques de la negociación
- Aplicar estrategias de reestructuración de la cartera de negocios

Dirección de la innovación en un entorno digital

- Analizar la importancia de contar con iniciativa para el emprendimiento de negocios, así como el papel preponderante de la innovación como diferenciador para el establecimiento de planes de negocio
- Diseñar un plan de negocios desde sus inicios (seed) conociendo los medios de financiamiento disponibles

Habilidades directivas

- Desarrollar las habilidades que constituyen el perfil de un directivo competente, comprendiendo las capacidades y competencias de un líder estratégico que gestione medios y herramientas con el fin de desarrollar el talento y liderazgo necesario para obtener mejores resultados en el desarrollo de sus funciones

Gestión de la innovación

- Desarrollar las técnicas para el fomento del pensamiento creativo para gestionar la innovación en una organización, desarrollando procesos para la continua administración y evaluación de productos que sea congruente con los objetivos de la organización

Estrategia del negocio digital

- Descubrir los modelos de negocio basados en internet analizando las tendencias actuales para desarrollar estrategias en el trabajo colaborativo y tomar decisiones claves en la gestión

Comercio electrónico

- Analizar el papel del diseño de Experiencia de Usuario en el posicionamiento actual de las empresas o productos, siendo capaz de dirigir estrategias, investigaciones y/o campañas centradas en este concepto

Administración de redes sociales en la empresa

- Emplear las diversas plataformas de la web identificando los nuevos entornos y contenidos de mercadotecnia en el desarrollo de las empresas
- Ser capaz de crear y desarrollar un plan de comunicación interna



Competencias

- Entender los fundamentos económicos
- Tener una visión crítica de la problemática económica nacional e internacional
- Identificar las variables básicas de la microeconomía, tales como: intervención pública. externalidades y bienes públicos, teoría de juegos estáticos y dinámicos
- Integrar los efectos de las variables microeconómicas dentro del entorno empresarial
- Analizar las teorías económicas mediante métodos de estimación, cálculos o por intervalos y contrastes de hipótesis tanto paramétricos como no paramétricos
- Llevar a cabo evaluaciones políticas económicas del Gobierno de un país
- Obtener predicciones sobre la economía de un país
- Analizar información económica
- Intervenir en escenarios tecnológicos para el desarrollo de procesos formativos adaptables al nuevo contexto
- Explicar los objetivos de la macroeconomía y los instrumentos de la política económica
- Explicar el uso y el impacto de éstos dentro de los mercados de bienes y los mercados financieros
- Aplicar los diversos modelos de distribución de probabilidad y estadística para una correcta toma de decisiones en relación a la situación de la empresa
- Manejar los resultados de las inversiones acuerdo a políticas de la empresa y la economía del país
- Aplicar las técnicas y métodos propios de las matemáticas dentro del marco financiero de la empresa
- Potenciar la innovación dentro de empresas de todos los sectores
- Diseñar un plan de negocios desde sus inicios, conociendo los medios de financiamiento disponibles
- Comprender las estrategias de gestión de los sistemas de información para el correcto funcionamiento de la empresa
- Interpretar las características, funciones y tipologías de los diversos sistemas de tecnologías de la información
- Intervenir en escenarios tecnológicos para el desarrollo de procesos formativos adaptables al nuevo contexto
- Analizar las implicaciones del entorno económico global en los negocios
- Analizar las distintas estrategias de reestructuración de las empresas
- Poder calcular diversos impuestos empresariales
- Potenciar las ideas para el emprendimiento en el panorama digital
- Integrar las nuevas Tecnologías de la Información en ambientes virtuales para el desarrollo de procesos formativos en diferentes ámbitos
- Adaptarse al nuevo contexto que implica intervenir y desarrollarse en la empresa digital
- Identificar las variables que deben considerarse en la toma de decisiones empresariales
- Gestionar y administrar empresas del sector digital

04

¿Por qué nuestro programa?

Realizar la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas en TECH supone incrementar la capacidad para acometer un estudio directivo con garantía de éxito. Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un área de conocimiento superior y a un extraordinario crecimiento personal. Todo esto de la mano del mejor cuadro docente y con la metodología educativa más flexible.





TECH pone todos sus recursos a tu alcance para que desarrolles las destrezas necesarias con las que lograr un futuro profesional exitoso”

Esta licenciatura aporta numerosas ventajas profesionales y personales al estudiante, entre las que destacan:

01

La mejor institución

TECH es la mayor universidad digital en español del mundo. Eligiendo esta Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, el alumno está apostando por una institución que le respaldará con los mejores recursos educativos, tecnológicos y pedagógicos de todo el panorama académico.

02

El mejor plan de estudios

El plan de estudios no solo se centra en las habilidades primarias de un directivo, sino en aquellas que también le otorgan unas competencias distintivas con las que destacar y resaltar por encima de otros. Este programa tiene un alcance y profundidad mayores, buscando que el alumno lleve al máximo su capacidad directiva.

03

Titulación directa

No hará falta que hagas una tesina ni examen final de carrera, ni tendrás que cursar un diplomado, ni hacer nada más para poder egresar y obtener tu título. En TECH tendrás una vía directa de titulación.

04

Los mejores recursos pedagógicos 100% en línea

TECH Universidad Tecnológica pone al alcance de los estudiantes de esta licenciatura la última metodología educativa online, basada en tecnología internacional de vanguardia, que permite estudiar sin tener que asistir a clase, y sin renunciar a adquirir ninguna competencia indispensable en la administración y dirección de empresas.

05

Máxima orientación laboral

TECH asume la responsabilidad que tiene la universidad de ser un agente facilitador del progreso de los estudiantes y la inserción laboral de los egresados en el tejido empresarial. Con TECH el estudiante conocerá las principales instituciones donde trabajar en el sector y tendrá facilidades para lograr su trayectoria profesional deseada.

Llega al puesto de responsabilidad que mereces gracias a TECH.

06

Acceso directo al mundo académico

TECH reúne en esta licenciatura los conocimientos y competencias directivas que, en ocasiones, si dividen en diversos programas educativos. Se trata por tanto de una puerta abierta hacia la capacitación académica más completa en Administración y Dirección de Empresas.

07

Estancias interuniversitarias

Gracias a los convenios interuniversitarios de TECH Universidad Tecnológica podrá ofrecerle al estudiante intercambio estudiantil en universidades extranjeras.

08

Excellence Pack de TECH

Durante el curso de la Licenciatura TECH ofrece el estudio de idiomas de forma gratuita, y cuando termine el programa le regalará un posgrado por haber finalizado con éxito la carrera. Solo por elegir la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas.

09

Accede de forma prioritaria a posgrados

TECH apuesta por una capacitación continua de sus alumnos, que adquieren la capacidad suficiente para adaptarse a los cambios y seguir mejorando sus propias habilidades de forma constante. Por ello, con esta Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas podrán acceder a una variedad de posgrados con los que seguir especializándose.

10

Investigación en Administración y Dirección de Empresas

TECH ofrece a todos sus egresados programas de desarrollo de ideas y profundización en el área técnica y analítica a través de sus líneas de investigación, y la oportunidad de participar en el desarrollo de proyectos de I+D+i, para seguir vinculados a la universidad implementando procesos de transferencia de resultados al tejido empresarial.

Aprende idiomas y manéjate con éxito en el entorno internacional.

05

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la licenciatura, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

Acredita tu competencia lingüística



TECH te incluye el estudio de idiomas en la Licenciatura de forma ilimitada y gratuita”

IDIOMAS

En el mundo competitivo de hoy, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca nuestra competencia en aquellos que dominemos. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que sólo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que poseemos.

En TECH ofrecemos los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje online, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de compentencia lingüística, con la finalidad de prepararte para los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.



48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1,A2, B1, B2, C1 y C2”



TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas, y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la licenciatura, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma, están incluidas en la Licenciatura



Solo el coste de los cursos de preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Licenciatura completa”

06

Maestría gratuita

Para TECH lo más importante es que sus estudiantes rentabilicen su carrera, y egresen con todas las posibilidades de desarrollo personal y futuro profesional. Por esta razón se incluye en la inscripción de la Licenciatura el estudio sin coste de una Maestría.





TECH te ofrece un máster propio gratuito incluido en la matrícula de la Licenciatura"

Estudiar en TECH Universidad tiene sus ventajas

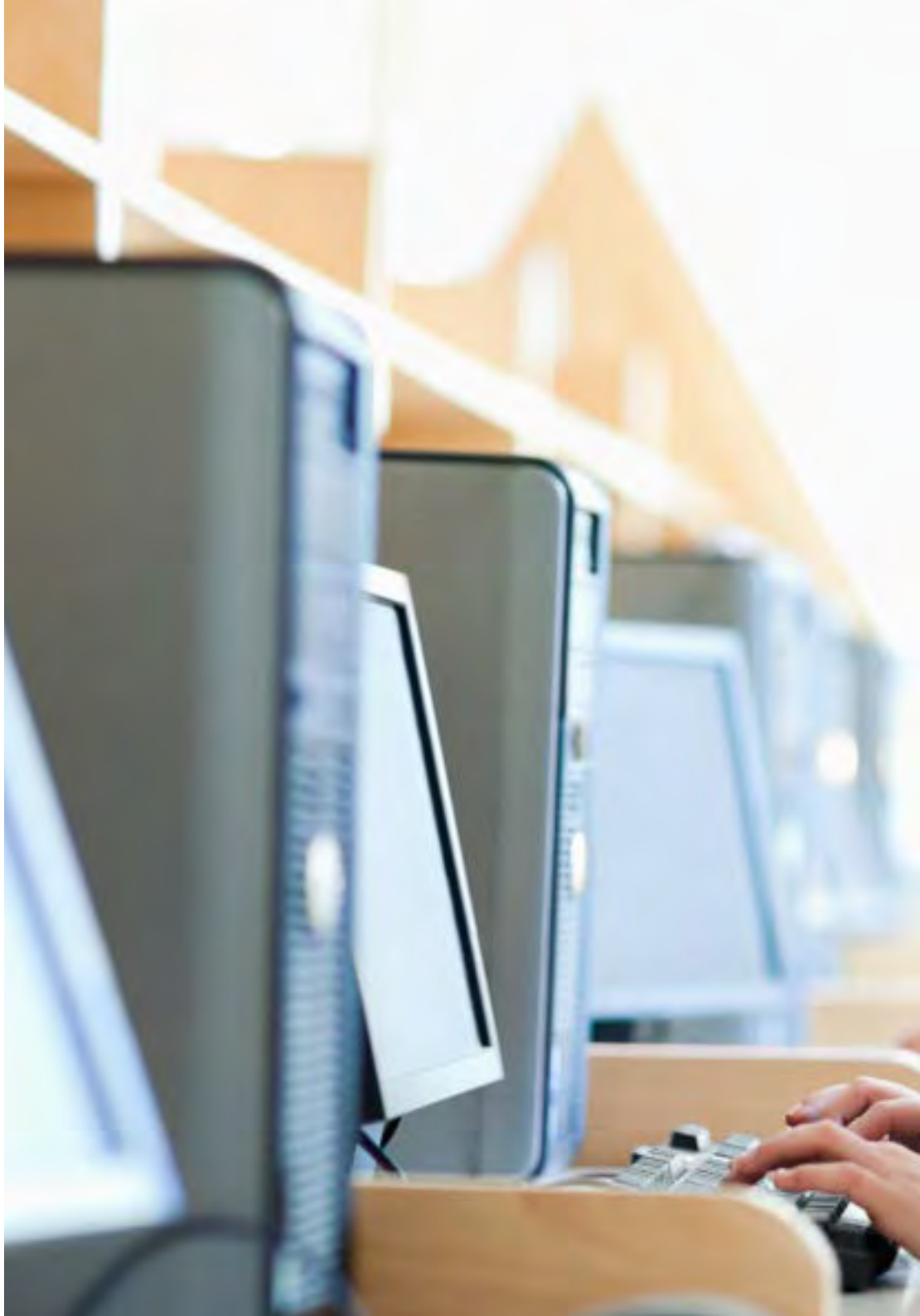
Los Másteres Propios de TECH Universidad Tecnológica, son programas de perfeccionamiento de posgrado con reconocimiento propio de la universidad a nivel internacional, de un año de duración y 1500 horas de reconocimiento. Su nivel de calidad es igual o mayor al de Maestría Oficial y permiten alcanzar un grado de conocimiento superior.

La orientación del máster propio al mercado laboral y la exigencia para recoger los últimos avances y tendencias en cada área, hacen de ellos programas de alto valor para las personas que deciden estudiar en la universidad con el fin de mejorar sus perspectivas de futuro profesional.

En la actualidad, TECH ofrece la mayor oferta de posgrado y formación continuada del mundo en español, por lo que el estudiante tiene la oportunidad de elegir el itinerario que más se ajuste a sus intereses y lograr dar un paso adelante en su carrera profesional. Además, podrá terminar la Licenciatura con una certificación de grado superior, ya que al poder cursar el Máster Propio en el último año de carrera, podrá egresar de su estudio con el Título de Licenciatura más el certificado de Máster Propio.

El coste del máster propio incluido en la Licenciatura es de alto valor. Estudiando ambos TECH permite un ahorro de hasta el 60% del total invertido en el estudio. Ninguna otra universidad ofrece una propuesta tan potente y dirigida a la empleabilidad como esta.

> *Ahorrarás hasta un 60% estudiando la Licenciatura en TECH”*





Estudia un Máster Propio de TECH desde el último año de la Licenciatura en Diseño de Videojuegos:

- Solo por inscribirse en la licenciatura, TECH incluye sin costo cualquiera de los posgrados de máster propio del área de conocimiento que elija
- TECH tiene la mayor oferta de posgrado del mundo en español sobre la que el estudiante podrá elegir el suyo para orientarse laboralmente antes de termianar la Licenciatura
- Podrá estudiar simultáneamente las asignaturas del último año de la licenciatura y los contenidos del máster propio para egresar con el título y la certificación de máster
- Estudiar el posgrado NO aumentará el coste de la colegiatura. El estudio y certificación del máster propio, está incluido en el precio de la Licenciatura

Podrás elegir tu máster propio de la oferta de posgrado y formación continuada mayor del mundo en español”

07

Salidas profesionales

El alumno de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas de TECH, es un estudiante con gran capacidad intelectual y con claridad de pensamiento. Posee un gran interés social y seguridad en sí mismo. Es competitivo, crítico, reflexivo y tiene una gran habilidad para el manejo del lenguaje técnico con una gran capacidad de análisis.





Una oportunidad única para lograr la mejora laboral que deseas”

Perfil profesional

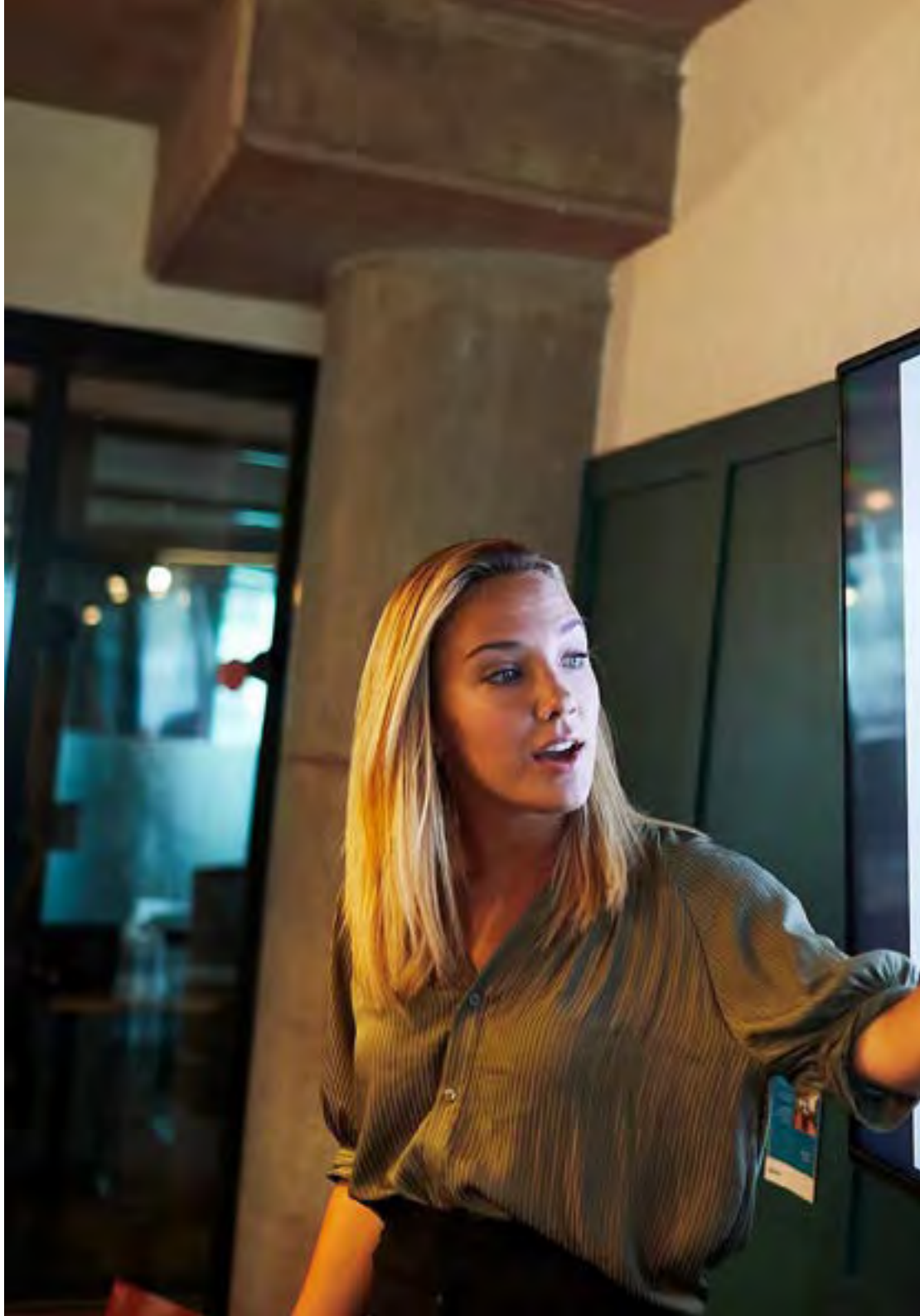
El licenciado en Administración y Dirección de Empresas de TECH, es un profesional competente y hábil para desempeñarse, de manera responsable, en las diferentes áreas empresariales.

Esta licenciatura es un programa dirigido a profesionales del sector que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de llevar a cabo con éxito su labor 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.

Perfil investigativo

A su vez, su alta calidad profesional, fundamentada en la educación en investigación, le generará al alumno competencias para comprender e interpretar los problemas cardinales de su profesión, relacionados con el fomento del pensamiento crítico y conservación del talento humano, la generación de valores y la conservación del medio ambiente, dentro de los paradigmas proactivos de generar respuestas fundamentadas a las preguntas trascendentales que surgen en la sociedad de hoy, apoyándose en sus habilidades y destrezas práctico instrumentales.

Nuestro equipo docente te mostrará todas las claves para que dirijas con éxito tu negocio”





Perfil ocupacional y campo de acción

Tras el logro de los objetivos planteados en este programa, el egresado en Administración y Dirección de Empresas tendrá en la capacidad de planificar, dirigir, gestionar y mejorar los procesos de las diferentes áreas empresariales.

El egresado de TECH en Administración y Dirección de Empresas tras sus estudios, se encontrará preparado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo:

- Chief Executive Officer (CEO)
- Chief Operating Officer (COO)
- Director de Marketing
- Jefe de Ventas
- Director de Exportación
- Director de Promoción
- Emprendimiento
- Director de consultoría
- Administración financiera
- Director de Logística
- Director de Organización
- Director de Recursos Humanos
- Responsable de Análisis Financiero / Económico

08

Metodología

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

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





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

En TECH Business School empleamos el Método del Caso de Harvard

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

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

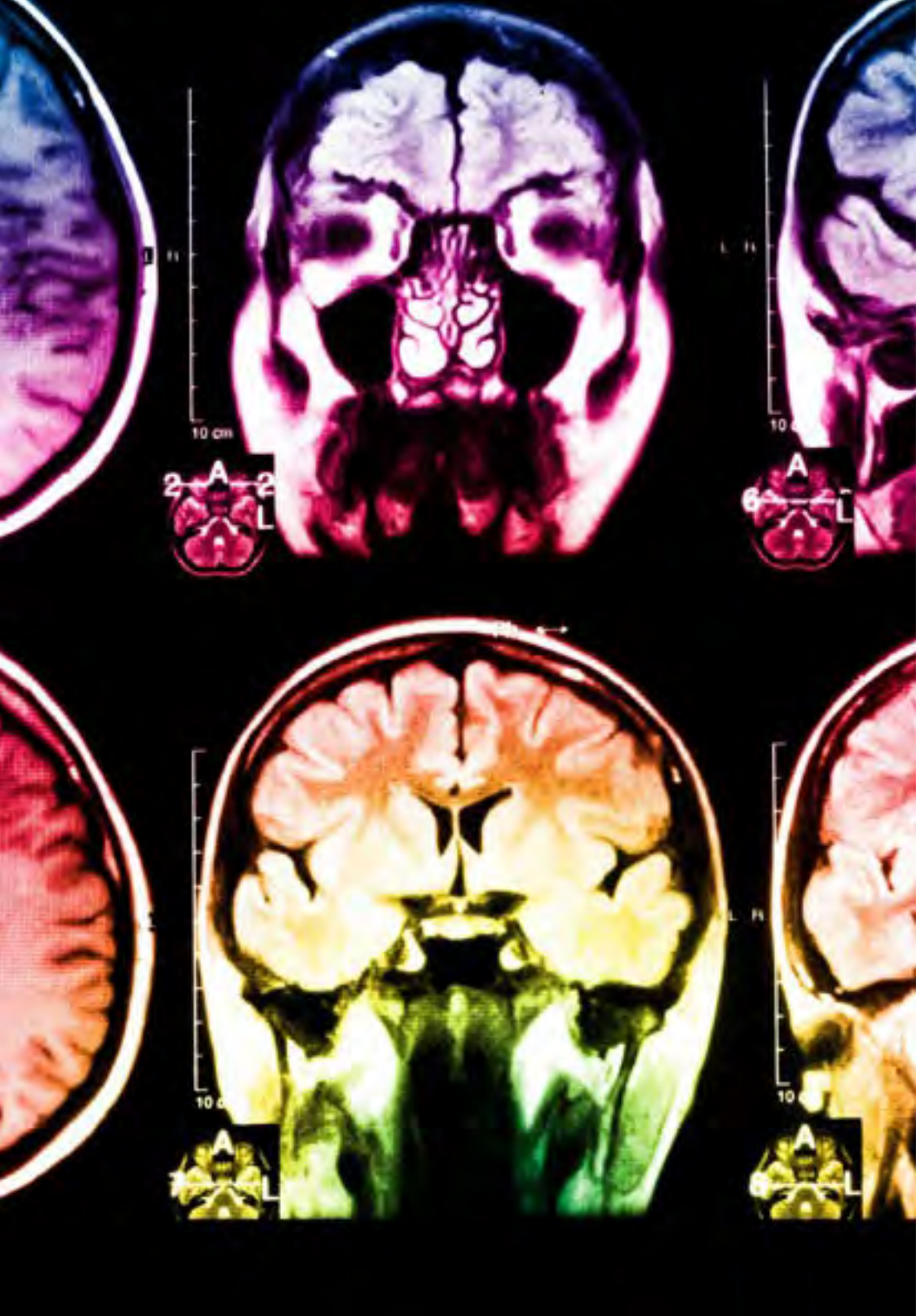
Potenciamos los *case studies* de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

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

Material de estudio

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

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

Clases magistrales

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

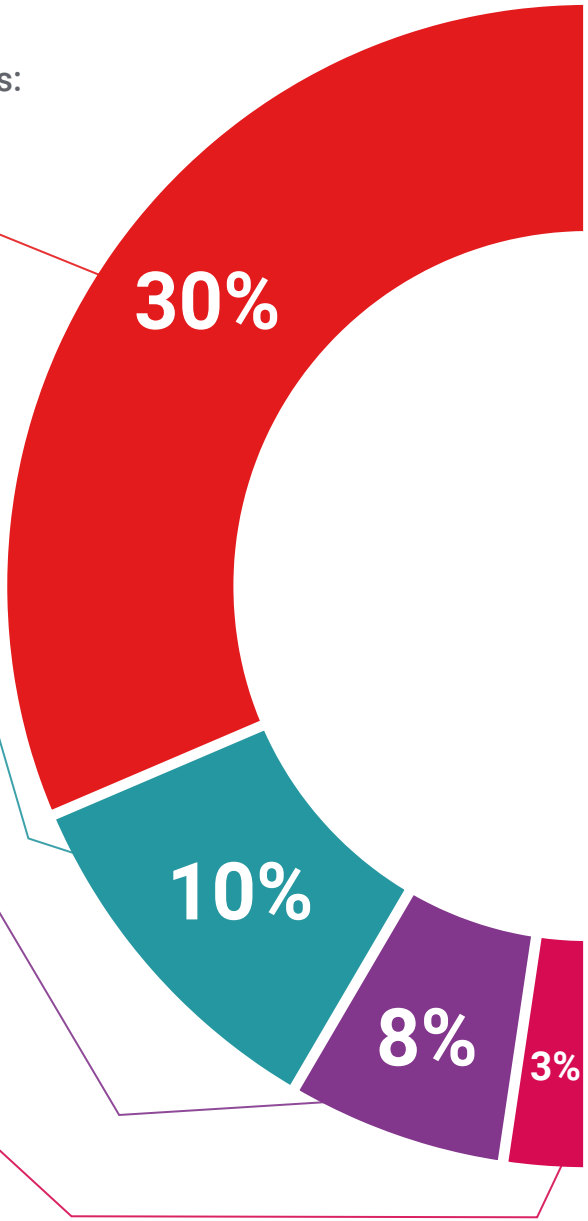
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

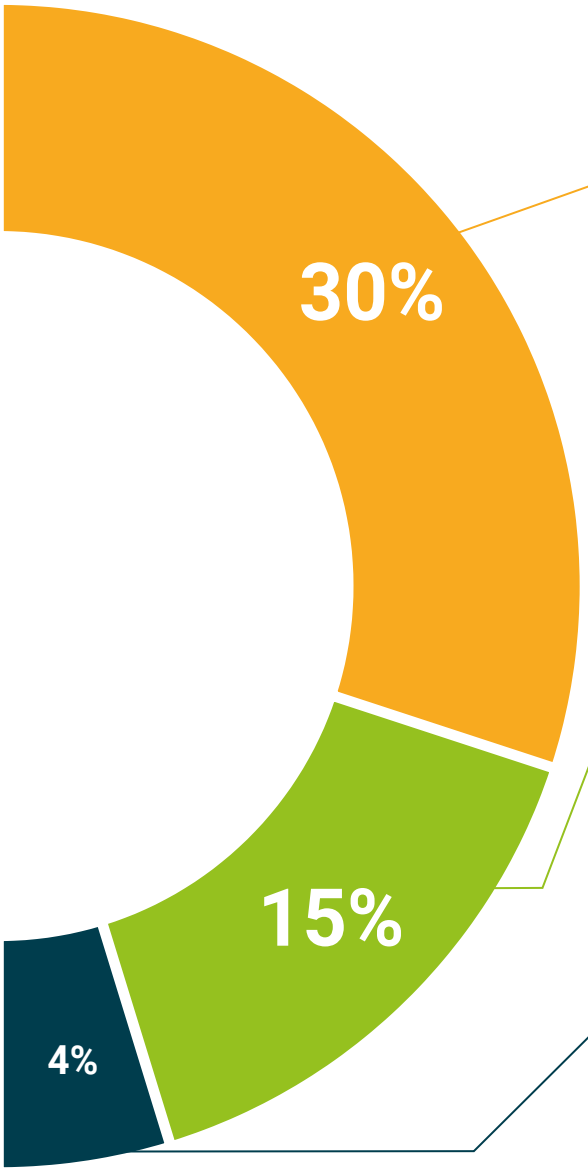
Prácticas de habilidades directivas

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

Lecturas complementarias

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





Case studies

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

Resúmenes interactivos

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

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

Testing & Retesting

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

09

Requisitos de acceso y proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de las universidades en línea en todo el país. Podrás comenzar la licenciatura sin trámites ni demoras: empieza a preparar la documentación y entrégala más adelante, sin premuras. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos, para ti, sean sencillos y no te ocasionen retrasos, ni incomodidades.





Ayudándote desde el inicio, TECH ofrece el procedimiento de admisión más sencillo y rápido de todas las universidades en línea del país”

Requisitos de acceso

Para poder acceder a la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas es necesario haber concluido estudios de bachillerato, o equivalente a estudios de educación media superior, para poder ingresar en el programa. Puede consultar requisitos establecidos en el Reglamento de TECH.

Proceso de admisión

Para TECH es del todo fundamental que, en el inicio de la relación académica, el alumno esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, hemos creado un protocolo más sencillo en el que podrás concentrarte, desde el primer momento en tu formación, contando con un plazo mucho mayor de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

De esta manera, podrás incorporarte al curso tranquilamente. Algún tiempo más tarde, te informaremos del momento en el que podrás ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy sencilla, cómoda y rápida. Sólo deberás cargarlos y enviarlos, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Llegado el momento podrás contar con nuestro soporte, si te hace falta. Todos los documentos que nos facilites deberán ser rigurosamente ciertos y estar en vigor en el momento en que los envías.

Ingresa al programa de Licenciatura de forma rápida y sin complicarte en trámites administrativos. Para que empieces a formarte desde el primer momento”



En cada caso, los documentos que debes tener listos para cargar en el campus virtual son:

Estudiantes con estudios universitarios realizados en México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales legalizado
- Copia digitalizada del título legalizado

En caso de haber estudiado fuera de méxico, consulta con tu asesor académico. Se requerirá documentación adicional en casos especiales, como inscripciones a la licenciatura como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Es del todo necesario que atestigües que todos los documentos que nos facilitas son verdaderos y mantienen su vigencia en el momento en que los envías.

Estudiantes con estudios universitarios realizados fuera de México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- Copia digitalizada del Título, Diploma o Grado Académico oficiales que ampare los estudios realizados en el extranjero
- Copia digitalizada del Certificado de Estudios. En el que aparezcan las asignaturas con las calificaciones de los estudios cursados, que describan las unidades de aprendizaje, periodos en que se cursaron y calificaciones obtenidas

Se requerirá documentación adicional en casos especiales como inscripciones a la licenciatura como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

10

Titulación

Esta carrera universitaria permite alcanzar la titulación de Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, obteniendo el título universitario con el que los alumnos podrán desarrollarse como profesional allá donde vayan, acreditando su educación y creciendo en su carrera académica. Este es un logro al que accederán de forma sencilla, gracias a las herramientas de aprendizaje que encontrarán en este programa, que están diseñadas y desarrolladas con el estándar de calidad más elevado del panorama educativo superior.





Consigue tu título de Administración y Dirección de Empresas con la universidad online más reputada del país”

Este programa te permite alcanzar la titulación de **Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas**, obteniendo un título universitario válido por la Secretaría de Educación Pública (SEP).

El plan de estudios de este programa se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha de **17/03/2020** y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): **20220081.**

Puedes acceder al ***documento oficial del RVOE*** expedido por la Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación (DGAIR) de la SEP.

Para más información sobre qué es el RVOE puedes consultar *aquí:*

Título: **Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Nº de RVOE: **20220081**

Fecha acuerdo RVOE: **17/03/2020**

Duración: **aprox. 4 años**

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR

Si tiene cualquier duda puede dirigirse a su asesor académico o directamente a la Oficina de Control Escolar y Titulaciones a través de este correo electrónico: controlescolar@techtitute.com"

Para recibir el presente título no será necesario realizar ningún trámite.
TECH Universidad realizará todas las gestiones oportunas ante las diferentes administraciones públicas en su nombre, para hacerle llegar a su domicilio*:

- Grado de la Licenciatura
- Certificado total de estudios
- Cédula Profesional

Si requiere que cualquiera de estos documentos le lleguen apostillados a su domicilio, póngase en contacto con su asesor académico.
TECH Universidad se hará cargo de todos los trámites.


tech universidad tecnológica

Otorga el presente

TÍTULO

a

D/Dña _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

LICENCIATURA

en

Administración y Dirección de Empresas

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública, según Acuerdo Nº. 20220081 en virtud de que demostró cumplir con los estudios correspondientes y aprobó conforme titulación automática el 17 Marzo 2020

A 28 de abril de 2021

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

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

tech universidad tecnológica

Nº de RVOE: 20220081

Licenciatura

Administración y Dirección de Empresas

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **aprox. 4 años**

Fecha acuerdo RVOE: **17/03/2020**

Licenciatura

Administración y Dirección de Empresas

Nº de RVOE: 20220081

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica