

Grand Master

MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal

TECH es miembro de:



tech global
university



Grand Master

MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **2 años**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **120 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-mba-gestion-puertos-transporte-intermodal

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 36

05

Salidas profesionales

pág. 42

06

Metodología de estudio

pág. 46

07

Cuadro docente

pág. 56

08

Titulación

pág. 78

01

Presentación del programa

La Gestión de Puertos y Transporte Intermodal presenta una serie de beneficios significativos, que impulsan la eficiencia y la sinergia en la cadena logística global. En primer lugar, facilita una transferencia fluida de mercancías entre distintos modos de transporte, optimizando tiempos y reduciendo costos operativos. Además, promueve la integración de sistemas logísticos, mejorando la visibilidad y el control sobre las operaciones de transporte. Asimismo, la planificación intermodal permite una asignación más efectiva de recursos, disminuyendo la congestión y minimizando las emisiones de gases de efecto invernadero. Por ello, TECH ha ideado este programa 100% online y flexible, basado en la revolucionaria metodología *Relearning*.





“

Con este Grand Master 100% online, gestionarás la operación de Puertos de manera óptima y garantizarás su sostenibilidad a largo plazo”

La Gestión de Puertos y el Transporte Intermodal son elementos esenciales para el funcionamiento eficiente del comercio internacional. Los Puertos actúan como nodos estratégicos que conectan los distintos modos de transporte, permitiendo la circulación fluida de bienes entre continentes. En un contexto global de creciente demanda y sostenibilidad, la optimización de estas infraestructuras y su interconexión con sistemas logísticos multimodales se ha convertido en una prioridad para los gobiernos, operadores y empresas del sector.

En este escenario, TECH lanza un pionero Grand Master MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal. Diseñado por referencias en este sector, el itinerario académico profundizará en materias que comprenden desde el funcionamiento de los operadores logísticos o la planificación estratégica portuaria hasta la implementación de sistemas de seguridad. De esta manera, los alumnos desarrollarán las competencias necesarias para liderar la transformación de los puertos y el transporte intermodal, optimizando las operaciones logísticas, mejorando la eficiencia de los procesos y garantizando el cumplimiento de las normativas internacionales.

Cabe destacar que esta titulación universitaria adquiere un mayor dinamismo gracias a las píldoras multimedia y a la amplia variedad de recursos didácticos que ofrece TECH (como lecturas especializadas, resúmenes interactivos o casos de estudio). Asimismo, la metodología *Relearning* de TECH permitirá a los profesionales obtener una puesta al día mucho más efectiva y en un menor tiempo. Así su proceso de aprendizaje será totalmente natural y progresivo, por lo que no tendrán que invertir largas horas al estudio. En adición, el programa incluirá unas *Masterclasses* únicas y adicionales, impartidas por Directores Invitados Internacionales con múltiples años de experiencia en la Gestión de Puertos y Transporte Intermodal.

Este **Grand Master MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la Gestión de Puertos y Transporte Intermodal
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



¡Accederás a Masterclasses de la mayor calidad académica! Estas han sido diseñadas por célebres expertos de talla internacional, especialistas en gestión empresarial, puertos y transporte intermodalempresarial”

“

Diseñarás estrategias de desarrollo portuario que alineen la infraestructura y los servicios con las demandas del mercado global”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Gestión de Puertos y Transporte Intermodal, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Abordarás, de manera exhaustiva, el proceso completo de desarrollo de un negocio, desde su diseño y plan de viabilidad, hasta su ejecución y seguimiento.

Un plan de estudios basado en el disruptivo sistema del Relearning, te facilitará la asimilación de conceptos complejos de un modo rápido y flexible.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



Universidad
online oficial
de la **NBA**



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

En el ámbito específico de los Puertos y el transporte intermodal, la titulación profundizará en el análisis y comprensión de los principales tráficos marítimos, las infraestructuras portuarias y su evolución histórica, así como en las diversas tipologías de logística involucradas. También se examinarán los modelos de gobernanza de los Puertos, su evolución en función del desarrollo de los países y la legislación internacional en el transporte marítimo. Además, se resaltarán la importancia del consenso, la comunicación y la transparencia en la formulación de estrategias para los sistemas portuarios.





“

¡Apuesta por TECH! Desarrollarás estrategias que te permitirán anticiparte a los cambios y generar una imagen adecuada de la empresa a través de la creación de estrategias de Marketing efectivas”

Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 1.1. Globalización y gobernanza
 - 1.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 1.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 1.1.3. El rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 1.2. Liderazgo
 - 1.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
 - 1.2.2. Liderazgo en las empresas
 - 1.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 1.3. *Cross Cultural Management*
 - 1.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 1.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 1.3.3. Gestión de la diversidad
- 1.4. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 1.4.1. Concepto de desarrollo directivo
 - 1.4.2. Concepto de liderazgo
 - 1.4.3. Teorías del liderazgo
 - 1.4.4. Estilos de liderazgo
 - 1.4.5. La inteligencia en el liderazgo
 - 1.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 1.5. Ética empresarial
 - 1.5.1. Ética y moral
 - 1.5.2. Ética empresarial
 - 1.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 1.6. Sostenibilidad
 - 1.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 1.6.2. Agenda 2030
 - 1.6.3. Las empresas sostenibles
- 1.7. Responsabilidad social de la empresa
 - 1.7.1. Dimensión internacional de la responsabilidad social de las empresas
 - 1.7.2. Implementación de la responsabilidad social de la empresa
 - 1.7.3. Impacto y medición de la responsabilidad social de la empresa



- 1.8. Sistemas y herramientas de gestión responsable
 - 1.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 1.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 1.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 1.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 1.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 1.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 1.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

- 2.1. Análisis y diseño organizacional
 - 2.1.1. Marco conceptual
 - 2.1.2. Factores clave en el diseño organizacional
 - 2.1.3. Modelos básicos de organizaciones
 - 2.1.4. Diseño organizacional: Tipologías
- 2.2. Estrategia corporativa
 - 2.2.1. Estrategia corporativa competitiva
 - 2.2.2. Estrategias de crecimiento: Tipologías
 - 2.2.3. Marco conceptual
- 2.3. Planificación y formulación estratégica
 - 2.3.1. Marco conceptual
 - 2.3.2. Elementos de la planificación estratégica
 - 2.3.3. Formulación estratégica: Proceso de la planificación estratégica
- 2.4. Pensamiento estratégico
 - 2.4.1. La empresa como un sistema
 - 2.4.2. Concepto de organización
- 2.5. Diagnóstico financiero
 - 2.5.1. Concepto de diagnóstico financiero
 - 2.5.2. Etapas del diagnóstico financiero
 - 2.5.3. Métodos de evaluación para el diagnóstico financiero
- 2.6. Planificación y estrategia
 - 2.6.1. El plan de una estrategia
 - 2.6.2. Posicionamiento estratégico
 - 2.6.3. La estrategia en la empresa
- 2.7. Modelos y patrones estratégicos
 - 2.7.1. Marco conceptual
 - 2.7.2. Modelos estratégicos
 - 2.7.3. Patrones estratégicos: Las Cinco P's de la Estrategia
- 2.8. Estrategia competitiva
 - 2.8.1. La ventaja competitiva
 - 2.8.2. Elección de una estrategia competitiva
 - 2.8.3. Estrategias según el Modelo del Reloj Estratégico
 - 2.8.4. Tipos de estrategias según el ciclo de vida del sector industrial
- 2.9. Dirección estratégica
 - 2.9.1. El concepto de estrategia
 - 2.9.2. El proceso de dirección estratégica
 - 2.9.3. Enfoques de la dirección estratégica
- 2.10. Implementación de la estrategia
 - 2.10.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
 - 2.10.2. Mapa estratégico
 - 2.10.3. Alineamiento estratégico
- 2.11. *Management* Directivo
 - 2.11.1. Marco conceptual del *Management* Directivo
 - 2.11.2. *Management* Directivo. El Rol del Consejo de Administración y herramientas de gestión corporativas
- 2.12. Comunicación estratégica
 - 2.12.1. Comunicación interpersonal
 - 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 2.12.3. La comunicación interna
 - 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

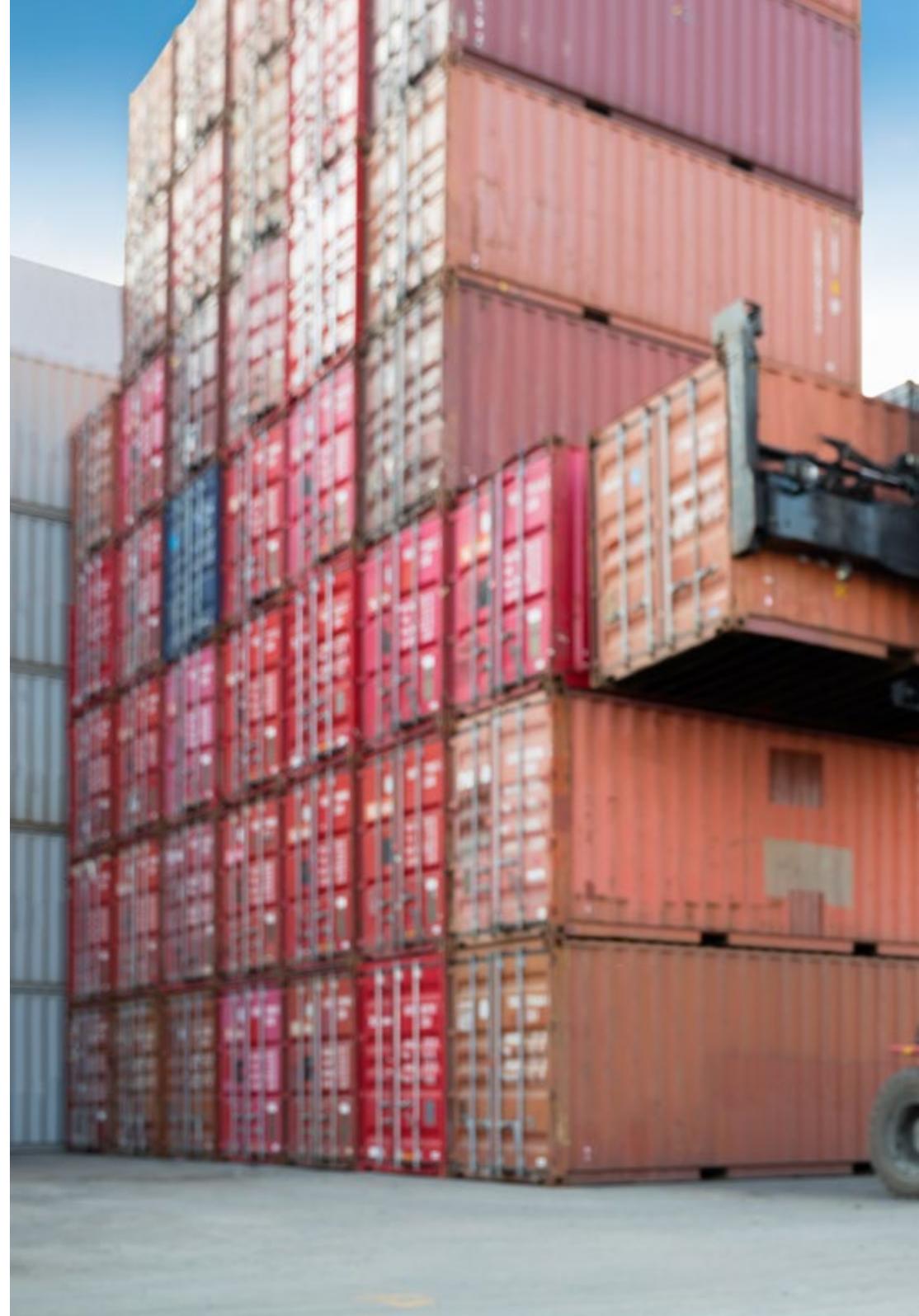
- 3.1. Comportamiento organizacional
 - 3.1.1. Comportamiento organizacional. Marco conceptual
 - 3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional
- 3.2. Las personas en las organizaciones
 - 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
 - 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
 - 3.2.3. *Coaching* y gestión de equipos
 - 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 3.3. Dirección estratégica de personas
 - 3.3.1. Dirección estratégica y Recursos Humanos
 - 3.3.2. Dirección estratégica de personas
- 3.4. Evolución de los recursos. Una visión integrada
 - 3.4.1. La importancia de RR.HH
 - 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
 - 3.4.3. Dirección estratégica de RR.HH
- 3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR.HH
 - 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
 - 3.5.2. El reclutamiento
 - 3.5.3. El proceso de selección
- 3.6. Gestión de Recursos Humanos por competencias
 - 3.6.1. Análisis del potencial
 - 3.6.2. Política de retribución
 - 3.6.3. Planes de carrera/sucesión
- 3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 3.7.1. La gestión del rendimiento
 - 3.7.2. Gestión del desempeño: Objetivos y proceso
- 3.8. Gestión de la formación
 - 3.8.1. Las teorías del aprendizaje
 - 3.8.2. Detección y retención del talento
 - 3.8.3. Gamificación y la gestión del talento
 - 3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional
- 3.9. Gestión del talento
 - 3.9.1. Claves para la gestión positiva
 - 3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa
 - 3.9.3. Mapa del talento en la organización
 - 3.9.4. Coste y valor añadido
- 3.10. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico
 - 3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 3.10.3. Fidelización y retención
 - 3.10.4. Proactividad e innovación
- 3.11. Motivación
 - 3.11.1. La naturaleza de la motivación
 - 3.11.2. La teoría de las expectativas
 - 3.11.3. Teorías de las necesidades
 - 3.11.4. Motivación y compensación económica
- 3.12. *Employer Branding*
 - 3.12.1. *Employer branding* en RR.HH
 - 3.12.2. *Personal Branding* para profesionales de RR.HH
- 3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 3.13.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 3.13.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 3.14. Desarrollo competencial directivo
 - 3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?
 - 3.14.2. Elementos de las competencias
 - 3.14.3. Conocimiento
 - 3.14.4. Habilidades de dirección
 - 3.14.5. Actitudes y valores en los directivos
 - 3.14.6. Habilidades directivas

- 3.15. Gestión del tiempo
 - 3.15.1. Beneficios
 - 3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?
 - 3.15.3. Tiempo
 - 3.15.4. Las ilusiones del tiempo
 - 3.15.5. Atención y memoria
 - 3.15.6. Estado mental
 - 3.15.7. Gestión del tiempo
 - 3.15.8. Proactividad
 - 3.15.9. Tener claro el objetivo
 - 3.15.10. Orden
 - 3.15.11. Planificación
- 3.16. Gestión del cambio
 - 3.16.1. Gestión del cambio
 - 3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 3.17. Negociación y gestión de conflictos
 - 3.17.1. Negociación
 - 3.17.2. Gestión de conflictos
 - 3.17.3. Gestión de crisis
- 3.18. Comunicación directiva
 - 3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 3.18.2. Departamentos de Comunicación
 - 3.18.3. El responsable de Comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL
 - 3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos
 - 3.19.2. Prevención de riesgos laborales
- 3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 3.20.1. La productividad
 - 3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento
- 3.21. Compensación monetaria vs. no monetaria
 - 3.21.1. Compensación monetaria vs. no monetaria
 - 3.21.2. Modelos de bandas salariales
 - 3.21.3. Modelos de compensación no monetaria
 - 3.21.4. Modelo de trabajo
 - 3.21.5. Comunidad corporativa
 - 3.21.6. Imagen de la empresa
 - 3.21.7. Salario emocional
- 3.22. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 3.22.1. Innovación en las Organizaciones
 - 3.22.2. Nuevos retos del departamento de Recursos Humanos
 - 3.22.3. Gestión de la Innovación
 - 3.22.4. Herramientas para la Innovación
- 3.23. Gestión del conocimiento y del talento
 - 3.23.1. Gestión del conocimiento y del talento
 - 3.23.2. Implementación de la gestión del conocimiento
- 3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital
 - 3.24.1. El contexto socioeconómico
 - 3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial
 - 3.24.3. Nuevas metodologías

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- 4.1. Entorno económico
 - 4.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 4.1.2. Instituciones financieras
 - 4.1.3. Mercados financieros
 - 4.1.4. Activos financieros
 - 4.1.5. Otros entes del sector financiero
- 4.2. La financiación de la empresa
 - 4.2.1. Fuentes de financiación
 - 4.2.2. Tipos de costes de financiación

- 4.3. Contabilidad directiva
 - 4.3.1. Conceptos básicos
 - 4.3.2. El activo de la empresa
 - 4.3.3. El pasivo de la empresa
 - 4.3.4. El patrimonio neto de la empresa
 - 4.3.5. La cuenta de resultados
- 4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes
 - 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
 - 4.4.2. El gasto en contabilidad general y en contabilidad de costes
 - 4.4.3. Clasificación de los costes
- 4.5. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 4.5.1. Fundamentos y clasificación
 - 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto
- 4.6. Presupuesto y control de gestión
 - 4.6.1. El modelo presupuestario
 - 4.6.2. El Presupuesto de Capital
 - 4.6.3. La Presupuesto de Explotación
 - 4.6.4. El Presupuesto de Tesorería
 - 4.6.5. Seguimiento del Presupuesto
- 4.7. Gestión de tesorería
 - 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
 - 4.7.2. Cálculo de Necesidades Operativas de Fondos
 - 4.7.3. *Credit Management*
- 4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas
 - 4.8.1. Conceptos tributarios básicos
 - 4.8.2. El impuesto de sociedades
 - 4.8.3. El impuesto sobre el valor añadido
 - 4.8.4. Otros impuestos relacionados con la actividad mercantil
 - 4.8.5. La empresa como facilitador de la labor del Estado





- 4.9. Sistemas de control de las empresas
 - 4.9.1. Análisis de los estados financieros
 - 4.9.2. El Balance de la empresa
 - 4.9.3. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias
 - 4.9.4. El Estado de Flujos de Efectivo
 - 4.9.5. Análisis de Ratios
- 4.10. Dirección Financiera
 - 4.10.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 4.10.2. El departamento financiero
 - 4.10.3. Excedentes de tesorería
 - 4.10.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 4.10.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 4.11. Planificación Financiera
 - 4.11.1. Definición de la planificación financiera
 - 4.11.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 4.11.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 4.11.4. El cuadro *Cash Flow*
 - 4.11.5. El cuadro de circulante
- 4.12. Estrategia Financiera Corporativa
 - 4.12.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 4.12.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 4.13. Contexto macroeconómico
 - 4.13.1. Contexto macroeconómico
 - 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
 - 4.13.3. Mecanismos para el control de magnitudes macroeconómicas
 - 4.13.4. Los ciclos económicos
- 4.14. Financiación estratégica
 - 4.14.1. La autofinanciación
 - 4.14.2. Ampliación de fondos propios
 - 4.14.3. Recursos híbridos
 - 4.14.4. Financiación a través de intermediarios

- 4.15. Mercados monetarios y de capitales
 - 4.15.1. El Mercado Monetario
 - 4.15.2. El Mercado de Renta Fija
 - 4.15.3. El Mercado de Renta Variable
 - 4.15.4. El Mercado de Divisas
 - 4.15.5. El Mercado de Derivados
- 4.16. Análisis y planificación financiera
 - 4.16.1. Análisis del Balance de Situación
 - 4.16.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
 - 4.16.3. Análisis de la Rentabilidad
- 4.17. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 4.17.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- 5.1. Dirección y gestión de operaciones
 - 5.1.1. La función de las operaciones
 - 5.1.2. El impacto de las operaciones en la gestión de las empresas
 - 5.1.3. Introducción a la estrategia de operaciones
 - 5.1.4. La dirección de operaciones
- 5.2. Organización industrial y logística
 - 5.2.1. Departamento de organización industrial
 - 5.2.2. Departamento de logística
- 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO, etc.)
 - 5.3.1. Sistema de producción
 - 5.3.2. Estrategia de producción
 - 5.3.3. Sistema de gestión de inventario
 - 5.3.4. Indicadores de producción
- 5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento
 - 5.4.1. Función del aprovisionamiento
 - 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
 - 5.4.3. Tipos de compras
 - 5.4.4. Gestión de compras de una empresa de forma eficiente
 - 5.4.5. Etapas del proceso de decisión de la compra
- 5.5. Control económico de compras
 - 5.5.1. Influencia económica de las compras
 - 5.5.2. Centro de costes
 - 5.5.3. Presupuestación
 - 5.5.4. Presupuestación vs gasto real
 - 5.5.5. Herramientas de control presupuestario
- 5.6. Control de las operaciones de almacén
 - 5.6.1. Control de inventario
 - 5.6.2. Sistema de ubicación
 - 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
 - 5.6.4. Sistema de almacenamiento
- 5.7. Gestión estratégica de compras
 - 5.7.1. Estrategia empresarial
 - 5.7.2. Planeación estratégica
 - 5.7.3. Estrategia de compras
- 5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)
 - 5.8.1. Cadena de suministro
 - 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena suministro
 - 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro
- 5.9. *Supply Chain Management*
 - 5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)
 - 5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
 - 5.9.3. Patrones de demanda
 - 5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio
- 5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
 - 5.10.1. Interacción de la cadena de suministro
 - 5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes
 - 5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro
 - 5.10.4. Cadena de suministro 4.0
- 5.11. Costes de la logística
 - 5.11.1. Costes logísticos
 - 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
 - 5.11.3. Optimización de costes logísticos

- 5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS
 - 5.12.1. Cadena logística
 - 5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
 - 5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
- 5.13. Gestión de procesos
 - 5.13.1. La gestión de procesos
 - 5.13.2. Enfoque basado en procesos: Mapa de procesos
 - 5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos
- 5.14. Distribución y logística de transportes
 - 5.14.1. Distribución en la cadena de suministro
 - 5.14.2. Logística de transportes
 - 5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la logística
- 5.15. Logística y clientes
 - 5.15.1. Análisis de demanda
 - 5.15.2. Previsión de demanda y ventas
 - 5.15.3. Planificación de ventas y operaciones
 - 5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)
- 5.16. Logística internacional
 - 5.16.1. Procesos de exportación e importación
 - 5.16.2. Aduanas
 - 5.16.3. Formas y medios de pago internacionales
 - 5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional
- 5.17. *Outsourcing* de operaciones
 - 5.17.1. Gestión de operaciones y *Outsourcing*
 - 5.17.2. Implantación del *outsourcing* en entornos logísticos
- 5.18. Competitividad en operaciones
 - 5.18.1. Gestión de operaciones
 - 5.18.2. Competitividad operacional
 - 5.18.3. Estrategia de operaciones y ventajas competitivas
- 5.19. Gestión de la calidad
 - 5.19.1. Cliente interno y cliente externo
 - 5.19.2. Los costes de calidad
 - 5.19.3. La mejora continua y la filosofía de Deming

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- 6.1. Entornos tecnológicos
 - 6.1.1. Tecnología y globalización
 - 6.1.2. Entorno económico y tecnología
 - 6.1.3. Entorno tecnológico y su impacto en las empresas
- 6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
 - 6.2.1. Evolución del modelo de IT
 - 6.2.2. Organización y departamento IT
 - 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico
- 6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
 - 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
 - 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
 - 6.3.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital
- 6.4. Dirección de Sistemas de Información
 - 6.4.1. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
 - 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
 - 6.4.3. Directivos expertos en sistemas de información: Roles y funciones
- 6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información
 - 6.5.1. Sistemas de información y estrategia corporativa
 - 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
 - 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
 - 6.6.1. *Business Intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral
- 6.7. Explorando la información
 - 6.7.1. SQL: Bases de datos relacionales. Conceptos básicos
 - 6.7.2. Redes y comunicaciones
 - 6.7.3. Sistema operacional: Modelos de datos normalizados
 - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
 - 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes

- 6.8. *Business Intelligence* empresarial
 - 6.8.1. El mundo del dato
 - 6.8.2. Conceptos relevantes
 - 6.8.3. Principales características
 - 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
 - 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
 - 6.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science
- 6.9. Nuevo concepto empresarial
 - 6.9.1. ¿Por qué BI?
 - 6.9.2. Obtención de la información
 - 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
 - 6.9.4. Razones para invertir en BI
- 6.10. Herramientas y soluciones BI
 - 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
 - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planificación y dirección Proyecto BI
 - 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
 - 6.11.2. Solución BI para la empresa
 - 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos
- 6.12. Aplicaciones de gestión corporativa
 - 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
 - 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
 - 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* o ERP
- 6.13. Transformación digital
 - 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
 - 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
 - 6.13.3. Transformación digital en las empresas

- 6.14. Tecnologías y tendencias
 - 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
 - 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
 - 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
 - 6.15.2. *Outsourcing* de TI y su impacto en los negocios
 - 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de *outsourcing* de TI

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- 7.1. Dirección comercial
 - 7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
 - 7.1.2. Estrategia y planificación comercial
 - 7.1.3. El rol de los directores comerciales
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Concepto de Marketing
 - 7.2.2. Elementos básicos del Marketing
 - 7.2.3. Actividades de Marketing de la empresa
- 7.3. Gestión estratégica del Marketing
 - 7.3.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 7.3.2. Concepto de planificación estratégica de Marketing
 - 7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de Marketing
- 7.4. Marketing digital y comercio electrónico
 - 7.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
 - 7.4.2. Marketing digital y medios que emplea
 - 7.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
 - 7.4.4. Categorías del comercio electrónico
 - 7.4.5. Ventajas y desventajas del *E-Commerce* frente al comercio tradicional

- 7.5. *Managing Digital Business*
 - 7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
 - 7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing digital
 - 7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing digital
- 7.6. Marketing digital para reforzar la marca
 - 7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Estrategia de Marketing digital
 - 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing digital
 - 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing digital
- 7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
 - 7.8.3. Hipersegmentación
- 7.9. Gestión de campañas digitales
 - 7.9.1. ¿Qué es una campaña de Publicidad digital?
 - 7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de Marketing online
 - 7.9.3. Errores de las campañas de Publicidad digital
- 7.10. Plan de Marketing online
 - 7.10.1. ¿Qué es un plan de Marketing online?
 - 7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing online
 - 7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing online
- 7.11. *Blended Marketing*
 - 7.11.1. ¿Qué es el *Blended Marketing*?
 - 7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline
 - 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de *Blended Marketing*
 - 7.11.4. Características de una estrategia de *Blended Marketing*
 - 7.11.5. Recomendaciones en *Blended Marketing*
 - 7.11.6. Beneficios del *Blended Marketing*
- 7.12. Estrategia de ventas
 - 7.12.1. Estrategia de ventas
 - 7.12.2. Métodos de ventas

- 7.13. Comunicación corporativa
 - 7.13.1. Concepto
 - 7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 7.13.5. Elementos de la comunicación
 - 7.13.6. Problemas de la comunicación
 - 7.13.7. Escenarios de la comunicación
- 7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa
 - 7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RR.HH
 - 7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
 - 7.14.3. El plan de comunicación interna
- 7.15. Comunicación y reputación digital
 - 7.15.1. Reputación online
 - 7.15.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
 - 7.15.3. Herramientas de reputación online
 - 7.15.4. Informe de reputación online
 - 7.15.5. *Branding* online

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 8.1. Investigación de mercados
 - 8.1.1. Investigación de mercados: Origen histórico
 - 8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados
 - 8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados
- 8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
 - 8.2.1. Tamaño muestral
 - 8.2.2. Muestreo
 - 8.2.3. Tipos de técnicas cuantitativas
- 8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
 - 8.3.1. Tipos de investigación cualitativa
 - 8.3.2. Técnicas de investigación cualitativa

- 8.4. Segmentación de mercados
 - 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
 - 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
 - 8.4.3. Segmentación de mercados de consumo
 - 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
 - 8.4.5. Estrategias de segmentación
 - 8.4.6. La segmentación con base a criterios del Marketing-Mix
 - 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado
- 8.5. Gestión de proyectos de investigación
 - 8.5.1. La Investigación de mercados como un proceso
 - 8.5.2. Etapas de planificación en la investigación de mercados
 - 8.5.3. Etapas de ejecución en la investigación de mercados
 - 8.5.4. Gestión de un proyecto de investigación
- 8.6. La investigación de mercados internacionales
 - 8.6.1. Investigación de mercados internacionales
 - 8.6.2. Proceso de la investigación de mercados internacionales
 - 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las investigaciones de mercado internacionales
- 8.7. Los estudios de viabilidad
 - 8.7.1. Concepto y utilidad
 - 8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad
 - 8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad
- 8.8. Publicidad
 - 8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
 - 8.8.2. Marco conceptual de la Publicidad: Principios, concepto de briefing y posicionamiento
 - 8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la Publicidad
 - 8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios
 - 8.8.5. Tendencias y retos de la Publicidad
- 8.9. Desarrollo del plan de Marketing
 - 8.9.1. Concepto del plan de Marketing
 - 8.9.2. Análisis y diagnóstico de la situación
 - 8.9.3. Decisiones estratégicas de Marketing
 - 8.9.4. Decisiones operativas de Marketing
- 8.10. Estrategias de promoción y *Merchandising*
 - 8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada
 - 8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria
 - 8.10.3. El *Merchandising* como técnica de Comunicación
- 8.11. Planificación de medios
 - 8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios
 - 8.11.2. Medios de comunicación
 - 8.11.3. Plan de medios
- 8.12. Fundamentos de la dirección comercial
 - 8.12.1. La función de la dirección comercial
 - 8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
 - 8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
 - 8.12.4. Principales estrategias competitivas
- 8.13. Negociación comercial
 - 8.13.1. Negociación comercial
 - 8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
 - 8.13.3. Principales métodos de negociación
 - 8.13.4. El proceso negociador
- 8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
 - 8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
 - 8.14.2. Modelos de toma de decisiones
 - 8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
 - 8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones

- 8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
 - 8.15.1. *Sales Management*. Dirección de ventas
 - 8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial
 - 8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores
 - 8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
 - 8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información
- 8.16. Implementación de la función comercial
 - 8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
 - 8.16.2. Control de la actividad comercial
 - 8.16.3. El código deontológico del personal comercial
 - 8.16.4. Cumplimiento normativo
 - 8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas
- 8.17. Gestión de cuentas clave
 - 8.17.1. Concepto de la gestión de cuentas clave
 - 8.17.2. El *Key Account Manager*
 - 8.17.3. Estrategia de la gestión de cuentas clave
- 8.18. Gestión financiera y presupuestaria
 - 8.18.1. El umbral de rentabilidad
 - 8.18.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
 - 8.18.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
 - 8.18.4. Gestión del ciclo, rotaciones, rentabilidad y liquidez
 - 8.18.5. Cuenta de resultados

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- 9.1. Innovación
 - 9.1.1. Introducción a la innovación
 - 9.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
 - 9.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial
- 9.2. Estrategia de innovación
 - 9.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
 - 9.2.2. Estrategia de innovación
- 9.3. Project Management para *Startups*
 - 9.3.1. Concepto de *startup*
 - 9.3.2. Filosofía *Lean Startup*
 - 9.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
 - 9.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*
- 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
 - 9.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
 - 9.4.2. Diseño validación de modelos de negocio
- 9.5. Dirección y gestión de proyectos
 - 9.5.1. Dirección y gestión de proyectos: Identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
 - 9.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación
- 9.6. Gestión del cambio en proyectos: Gestión de la formación
 - 9.6.1. Concepto de gestión del cambio
 - 9.6.2. El proceso de gestión del cambio
 - 9.6.3. La implementación del cambio

- 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
 - 9.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
 - 9.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
 - 9.7.3. Tendencias emergentes
 - 9.7.4. Adaptaciones al equipo
 - 9.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
 - 9.7.6. Gestionar las comunicaciones
 - 9.7.7. Monitorear las comunicaciones
- 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
 - 9.8.1. Metodologías innovadoras
 - 9.8.2. Principios básicos del Scrum
 - 9.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del Scrum y las metodologías tradicionales
- 9.9. Creación de una *startup*
 - 9.3.1. Creación de una *startup*
 - 9.3.2. Organización y cultura
 - 9.3.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
 - 9.3.4. Aspectos legales
- 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos
 - 9.10.1. Planificar riesgos
 - 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
 - 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
 - 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

Módulo 10. *Management* Directivo

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concepto de *General Management*
 - 10.1.2. La acción del *Manager* General
 - 10.1.3. El Director General y sus funciones
 - 10.1.4. Transformación del trabajo de la dirección
- 10.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 10.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 10.3. Dirección de operaciones
 - 10.3.1. Importancia de la dirección
 - 10.3.2. La cadena de valor
 - 10.3.3. Gestión de calidad
- 10.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 10.4.1. Comunicación interpersonal
 - 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 10.4.3. Barreras en la comunicación
- 10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 10.5.1. La comunicación interpersonal
 - 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 10.5.3. La comunicación en la organización
 - 10.5.4. Herramientas en la organización
- 10.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 10.6.1. Crisis
 - 10.6.2. Fases de la crisis
 - 10.6.3. Mensajes: Contenidos y momentos

- 10.7. Preparación de un plan de crisis
 - 10.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 10.7.2. Planificación
 - 10.7.3. Adecuación del personal
- 10.8. Inteligencia emocional
 - 10.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 10.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 10.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 10.9. *Branding Personal*
 - 10.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 10.9.2. Leyes del *branding* personal
 - 10.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 10.10. Liderazgo y gestión de equipos
 - 10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 10.10.2. Capacidades y desafíos del líder
 - 10.10.3. Gestión de procesos de cambio
 - 10.10.4. Gestión de equipos multiculturales

Módulo 11. Logística y Operadores Logísticos

- 11.1. La logística
 - 11.1.1. La logística. Papel en el flujo económico actual
 - 11.1.2. Logística y cadena de suministro. Diferencias
 - 11.1.3. La logística en la empresa. Importancia
- 11.2. Áreas y tipologías logísticas
 - 11.2.1. Áreas de la logística
 - 11.2.2. Logística interna vs. logística externa
 - 11.2.3. Elementos primordiales de la logística
- 11.3. Operaciones logísticas
 - 11.3.1. Operaciones de las empresas logísticas
 - 11.3.2. El proceso logístico y sus elementos
 - 11.3.3. Etapas de la cadena logística
 - 11.3.4. Problemas que surgen en entornos logísticos
- 11.4. La logística adaptada a las necesidades actuales del mercado
 - 11.4.1. La logística en e-Commerce. La logística de distribución
 - 11.4.2. Logística inversa
 - 11.4.3. Indicadores logísticos
 - 11.4.4. Logística actual
- 11.5. Nuevas tecnologías aplicadas a la logística
 - 11.5.1. La robótica y los almacenes automatizados
 - 11.5.2. La automatización de procesos
 - 11.5.3. Sistemas de información aplicados a la logística
 - 11.5.4. *Blockchain* y *Machine Learning*
- 11.6. Logística del futuro
 - 11.6.1. Retos y desafíos a los que se enfrenta la logística
 - 11.6.2. La logística verde
 - 11.6.3. Nuevas tendencias en el ámbito de la logística
- 11.7. Los operadores logísticos
 - 11.7.1. Logística global
 - 11.7.2. Figura del operados logístico
 - 11.7.3. Evolución de los operadores logísticos hasta la actualidad
 - 11.7.4. El operador logístico. Requisitos
- 11.8. Los operadores logísticos y el Contrato de *Outsourcing*
 - 11.8.1. El Contrato de *Outsourcing*. Cláusulas, SLA's
 - 11.8.2. Servicios prestados por los operadores logísticos
 - 11.8.3. Ventajas que ofrecen los operadores logísticos

- 11.9. Los operadores logísticos. Funciones y tipología
 - 11.9.1. Funciones de los operadores logísticos
 - 11.9.2. Los *Party Logistics* (PL). Utilidad
 - 11.9.3. Tipologías de operadores logísticos. Servicios e infraestructuras
 - 11.9.4. El futuro de los PL. Del 6 PL al 10PL
- 11.10. Transitario (*freight forwarder*) vs. operador logístico
 - 11.10.1. Transitario vs Operador logístico. Diferencias y similitudes
 - 11.10.2. Evolución del Transitario hacia la figura de Operador Logístico
 - 11.10.3. El transitario y el sistema de PL's. Acercando servicios

Módulo 12. Transporte Multimodal, Intermodalidad y Plataformas Logísticas

- 12.1. El almacén
 - 12.1.1. Fases de la actividad logística. Papel del almacén en la cadena de suministro
 - 12.1.2. Actividades del almacén
 - 12.1.3. Tipos de almacenes
 - 12.1.4. Alternativas de almacenamiento
- 12.2. Plataformas logísticas
 - 12.2.1. Almacén Vs Plataforma logística. Elementos diferenciadores
 - 12.2.2. Tipologías de plataformas logísticas
 - 12.2.3. Funcionamiento de una plataforma logística. Infraestructuras, organización del espacio y medios humanos y mecánicos
- 12.3. Plataformas logísticas como elemento integrador de la cadena intermodal
 - 12.3.1. Tipos de plataformas logísticas
 - 12.3.2. La ubicación como elemento diferenciador de las plataformas logísticas. Los almacenes HUB
 - 12.3.3. Las micro plataformas logísticas. Los SLP urbanos
- 12.4. Transporte terrestre de mercancías por carretera
 - 12.4.1. El transporte terrestre internacional de mercancías. Infraestructuras primarias y marco legal internacional
 - 12.4.2. Tipos de transporte de mercancías por carretera
 - 12.4.3. Elementos clave para la gestión de las empresas de transporte por carretera
 - 12.4.4. Transformación digital de las empresas de transporte terrestre. Sistemas de gestión
- 12.5. Transporte ferroviario de mercancías
 - 12.5.1. Transporte ferroviario. Situación de las redes ferroviarias de mercancías internacionales
 - 12.5.2. Operadores ferroviarios
 - 12.5.3. Tipos de transporte ferroviario
- 12.6. Transporte marítimo de mercancías
 - 12.6.1. Organismos reguladores internacionales
 - 12.6.2. Legislación relevante
 - 12.6.3. Transporte marítimo de larga distancia
 - 12.6.4. El short sea shipping y las autopistas del mar
 - 12.6.5. Transporte de mercancías por vías fluviales interiores
 - 12.6.6. Transporte marítimo. Aspectos clave
- 12.7. Transporte aéreo de mercancías
 - 12.7.1. Organismos reguladores internacionales
 - 12.7.2. Marco legal internacional
 - 12.7.3. Infraestructuras esenciales
 - 12.7.4. El avión. Tipologías
 - 12.7.5. Transporte aéreo. Aspectos clave
- 12.8. Distribución capilar de mercancías
 - 12.8.1. Distribución capilar, último eslabón de la cadena logística
 - 12.8.2. Funcionamiento de la distribución capilar
 - 12.8.3. Logística de última milla. Funcionamiento
- 12.9. Transporte multimodal y combinado
 - 12.9.1. Transporte multimodal y combinado
 - 12.9.2. Multimodalidad vs. Intermodalidad
 - 12.9.3. Rol de los Operadores de Transporte Multimodal (OTM)
- 12.10. Transporte Intermodal
 - 12.10.1. Transporte Intermodal
 - 12.10.2. Tipos de Intermodalidad
 - 12.10.3. Papel del almacén en la intermodalidad. El *crossdocking*
 - 12.10.4. El operador de Transporte Intermodal
 - 12.10.5. Sistemas intermodales de transporte
 - 12.10.6. El Transporte Intermodal. Ventajas, problemas y retos

Módulo 13. Transporte Marítimo

- 13.1. Transporte marítimo y comercio internacional
 - 13.1.1. Transporte marítimo
 - 13.1.2. Comercio internacional
 - 13.1.3. Tráfico marítimo
 - 13.1.4. Tráficos TRAMP y líneas regulares
- 13.2. Tipología de buques en el transporte marítimo
 - 13.2.1. Tipos de buques en el transporte marítimo según su carga
 - 13.2.2. Evolución de los buques de transporte marítimo
 - 13.2.3. El contenedor
 - 13.2.3.1. Tipos de contenedores marítimos
- 13.3. Mercado del transporte marítimo
 - 13.3.1. Mercado del transporte marítimo
 - 13.3.2. Flota mundial
 - 13.3.3. Requerimiento de transporte marítimo mundial
- 13.4. Costes del transporte marítimo
 - 13.4.1. Distribución de los costes
 - 13.4.2. Costes fijos
 - 13.4.3. Costes variables
 - 13.4.4. Costes carga/descarga
 - 13.4.5. Factores que influyen en el coste
- 13.5. Tráficos marítimos
 - 13.5.1. Tráfico de petróleo
 - 13.5.2. Tráficos de graneles sólidos
 - 13.5.3. Carga general
- 13.6. Derecho marítimo
 - 13.6.1. Privilegios marítimos
 - 13.6.2. Hipoteca naval
 - 13.6.3. Normativa y convenios del transporte marítimo internacional
- 13.7. Contratos de explotación del buque
 - 13.7.1. Explotación económica del buque
 - 13.7.2. Arrendamiento a casco desnudo
 - 13.7.3. Fletamento
 - 13.7.4. Contrato de pasaje

- 13.8. Mercado del flete
 - 13.8.1. Mercado del flete. Evolución
 - 13.8.2. Periodos
 - 13.8.3. Oferta/Demanda
- 13.9. Accidentes y seguro marítimo
 - 13.9.1. Accidentes en la navegación
 - 13.9.2. Tipos de avería
 - 13.9.3. El seguro marítimo
- 13.10. Emisiones. Regulación internacional
 - 13.10.1. Emisiones del transporte marítimo
 - 13.10.2. Regulación internacional
 - 13.10.3. Formas de cumplimiento de las normativas
 - 13.10.4. Reducción emisiones de CO2

Módulo 14. Puertos y Terminales Portuarias

- 14.1. El Puerto comercial. Funciones
 - 14.1.1. Funciones de un Puerto comercial
 - 14.1.2. Los Puertos y la cadena de suministro
 - 14.1.3. Los Puertos en el siglo XXI
- 14.2. Modelos de Puertos según los flujos de mercancías
 - 14.2.1. Los Puertos como nodos esenciales de las cadenas logísticas
 - 14.2.2. Tipología portuaria según el flujo de mercancías
 - 14.2.2.1. Puertos *import/export*
 - 14.2.2.2. Puertos *hub*
 - 14.2.3. Adaptación a las tendencias cambiantes en el flujo de mercancías
- 14.3. Terminales portuarias
 - 14.3.1. Especialización portuaria
 - 14.3.2. Esquema y zonas de una terminal portuaria
 - 14.3.3. Tipología de terminales portuarias
- 14.4. Grúas y medios mecánicos
 - 14.4.1. Grúas para la carga y descarga del buque
 - 14.4.2. Medios para el transporte de la carga en una terminal
 - 14.4.3. Medios para la manipulación de la carga en el patio

- 14.5. Terminales polivalentes y terminales de contenedores
 - 14.5.1. Terminales polivalentes o multipropósito
 - 14.5.2. Terminal de contenedores
 - 14.5.3. Flujo de la carga y descarga en una terminal de contenedores
- 14.6. Terminales de graneles
 - 14.6.1. Terminales de graneles sólidos
 - 14.6.2. Terminales de graneles líquidos
 - 14.6.3. Instalaciones especiales
- 14.7. Terminales de carga rodada
 - 14.7.1. Terminales de carga rodada
 - 14.7.2. Contenedores sobre plataformas con ruedas
 - 14.7.3. Automóviles
- 14.8. Terminales de pasajeros y otros tipos de terminales especializadas
 - 14.8.1. Terminales de pasajeros
 - 14.8.2. Marinas deportivas
 - 14.8.3. Terminales pesqueras
- 14.9. Puertos inteligentes y automatización
 - 14.9.1. Puertos inteligentes (*Smart Ports*)
 - 14.9.2. Digitalización
 - 14.9.3. Automatización de operativas
- 14.10. Últimas tendencias en innovación portuaria
 - 14.10.1. Inteligencia Artificial y su aplicación a los Puertos
 - 14.10.2. Entrenamiento basado en simulación (SBT)
 - 14.10.3. Gemelos digitales portuarios

Módulo 15. Modelo de Gobernanza Portuaria

- 15.1. Gobernanza Portuaria
 - 15.1.1. La Gobernanza Portuaria
 - 15.1.2. Evolución de la Gobernanza Portuaria
 - 15.1.3. Gobernanza Portuaria y desarrollo económico
- 15.2. Modelos de Gobernanza Portuaria
 - 15.2.1. Puertos públicos y Puertos privados
 - 15.2.2. Los tool ports
 - 15.2.3. El modelo *landlord port*

- 15.3. Tendencias en la Gobernanza Portuaria
 - 15.3.1. Estabilización del modelo de Gobernanza: Hacia un *landlord* matizado
 - 15.3.2. La integración vertical y horizontal
 - 15.3.3. Las actividades de control y supervisión de la competencia
- 15.4. El modelo *landlord* y el dominio público
 - 15.4.1. La gestión del dominio público portuario
 - 15.4.2. Ingresos por tasas
 - 15.4.3. Ingresos por tarifas
- 15.5. Ejemplos de modelos de Gobernanza en Puertos
 - 15.5.1. Puertos privados en el Reino Unido
 - 15.5.2. El modelo *landlord* en la Europa continental
 - 15.5.3. Hispanoamérica. Modelos en transición
- 15.6. El régimen de los servicios portuarios
 - 15.6.1. Naturaleza del servicio (público, privado). Requisitos para la prestación del servicio
 - 15.6.2. Vínculo administrativo/contrato, licencia)
 - 15.6.3. Forma o requisitos de acceso a la prestación del servicio. Concurrencia. Limitación del número de prestadores
- 15.7. Coordinación de los sistemas portuarios a nivel de país
 - 15.7.1. Sistemas centralizados
 - 15.7.2. Sistemas descentralizados
 - 15.7.3. Sistemas mixtos
- 15.8. La gobernanza intraportuaria
 - 15.8.1. La gestión de un Puerto
 - 15.8.2. Organigrama tipo y áreas funcionales
 - 15.8.3. Las áreas de planificación y explotación portuaria
- 15.9. La administración portuaria
 - 15.9.1. La gestión económico-financiera
 - 15.9.2. La gestión de los Recursos Humanos
 - 15.9.3. La seguridad industrial y la prevención de riesgos laborales
- 15.10. Las relaciones del Puerto con su entorno
 - 15.10.1. Interrelaciones Puerto-ciudad
 - 15.10.2. La trama urbano-portuaria. Consideraciones urbanísticas
 - 15.10.3. Actividades institucionales y colaboración con el entorno

Módulo 16. Planificación Estratégica Portuaria

- 16.1. El sistema portuario
 - 16.1.1. Las autoridades portuarias. Coordinación
 - 16.1.2. Perspectiva económica
 - 16.1.3. Perspectiva ambiental
 - 16.1.4. Perspectiva social
 - 16.1.5. Criterios de actuación
- 16.2. Puertos rentables económicamente
 - 16.2.1. Financiación
 - 16.2.2. Presupuestación
 - 16.2.3. Precios asociados a la realidad portuaria
 - 16.2.4. Redistribución de recursos entre Puertos
- 16.3. Gestión del espacio portuario
 - 16.3.1. Rendimiento del espacio portuario
 - 16.3.2. Espacios portuarios al servicio del interés general
 - 16.3.3. Digitalización del espacio portuario
- 16.4. Infraestructuras. Inversiones orientadas a la demanda
 - 16.4.1. Aprovechamiento de las inversiones en infraestructuras
 - 16.4.2. Infraestructuras rentables económica y socialmente
 - 16.4.3. Conectividad de las infraestructuras
 - 16.4.4. Respeto del medioambiente
- 16.5. Prestación de servicios orientados a los clientes y a la sociedad en su conjunto
 - 16.5.1. Servicios competitivos y al servicio del interés general
 - 16.5.2. Eficiencia en la prestación de los servicios
 - 16.5.3. Seguimiento de la prestación de los servicios
 - 16.5.4. Simplificación de los trámites burocráticos
 - 16.5.4.1. Controles e inspecciones de frontera
 - 16.5.4.2. Agilidad en las tramitaciones
- 16.6. Innovación y digitalización de los Puertos
 - 16.6.1. Administración electrónica
 - 16.6.2. Puertos digitales
 - 16.6.3. Impulso a la innovación
 - 16.6.4. Innovación al servicio del interés general

- 16.7. Proyección internacional
 - 16.7.1. Las relaciones internacionales
 - 16.7.2. Imagen de marca
 - 16.7.3. La competitividad de los Puertos en el contexto internacional
- 16.8. Sostenibilidad ambiental
 - 16.8.1. Gestión medioambiental
 - 16.8.2. Calidad y mediciones medioambientales
 - 16.8.3. Consumos y gestión de residuos
 - 16.8.4. Movilidad sostenible
 - 16.8.5. El cambio climático
 - 16.8.6. El Puerto y el ciudadano
- 16.9. Seguridad
 - 16.9.1. Seguridad industrial
 - 16.9.2. Protección portuaria
 - 16.9.3. Ciberseguridad
- 16.10. Cultura ética corporativa y capital humano
 - 16.10.1. Código ético
 - 16.10.2. Supervisión y control
 - 16.10.3. Transparencia
 - 16.10.4. Estructuras organizativas
 - 16.10.5. Igualdad
 - 16.10.6. Formación y carrera profesional
 - 16.10.7. Comunicación y participación

Módulo 17. Plan de Empresa de un Puerto y Gestión de los RR.HH

- 17.1. El Plan de Empresa de un Puerto como instrumento de planificación
 - 17.1.1. El Plan de Empresa como concreción de la estrategia global de un sistema portuario
 - 17.1.2. El Plan de Empresa como elemento coordinador de la planificación
 - 17.1.3. El DAFO
 - 17.1.4. El mapa estratégico
 - 17.1.5. Resto de instrumentos de planificación del Puerto

- 17.2. Perspectivas del Plan de Empresa de un Puerto
 - 17.2.1. El tráfico portuario
 - 17.2.2. Inversiones
 - 17.2.3. Económico-financiero
 - 17.2.4. Recursos Humanos
 - 17.2.5. Medioambiente y sostenibilidad
- 17.3. Control de gestión a través del Plan de Empresa
 - 17.3.1. Seguimiento de objetivos
 - 17.3.2. Evolución de ratios de gestión
 - 17.3.3. Medidas correctoras
- 17.4. Capital humano
 - 17.4.1. Contexto sociolaboral de los Puertos
 - 17.4.2. Planificación de RR.HH. dentro de la estrategia global y del Puerto
 - 17.4.3. Las relaciones laborales y la negociación
- 17.5. Necesidad del cambio. Profesionalización de los Puertos
 - 17.5.1. Resistencia al cambio
 - 17.5.2. Cómo gestionar el cambio
 - 17.5.3. Profesionalizar los Puertos
 - 17.5.4. Transparencia y comunicación
- 17.6. Gestión por competencias como facilitadora del cambio
 - 17.6.1. Competencias de conocimiento
 - 17.6.2. Competencias "blandas"
 - 17.6.3. Los diferentes aspectos de la gestión por competencias
- 17.7. Los puestos de trabajo
 - 17.7.1. Concreción de los puestos
 - 17.7.2. Valoración de puestos
 - 17.7.3. Clasificación profesional y estructura organizativa
- 17.8. Plan de formación
 - 17.8.1. Plan de formación del sistema portuario
 - 17.8.2. Plan de formación a nivel de Puerto
 - 17.8.3. La "universidad corporativa"
 - 17.8.4. El aula virtual

- 17.9. Sistema retributivo
 - 17.9.1. El sistema retributivo
 - 17.9.2. La estructura retributiva
 - 17.9.3. Evaluación del desempeño y retribución variable
- 17.10. Prevención de riesgos laborales
 - 17.10.1. Memorias de prevención. Estrategia de prevención
 - 17.10.2. Prevención de riesgos laborales en un Puerto
 - 17.10.3. Riesgos psicosociales

Módulo 18. Logística Marítimo-Portuaria y Servicios Portuarios

- 18.1. Comunidad Portuaria
 - 18.1.1. Comunidad Portuaria
 - 18.1.2. Agentes principales de la Comunidad Portuaria
 - 18.1.3. Sistemas de gestión de calidad aplicados a la Comunidad Portuaria
- 18.2. Operaciones portuarias
 - 18.2.1. Operaciones portuarias y actividades en el Puerto
 - 18.2.2. Sistemas de información en las operaciones portuarias
 - 18.2.3. Flujos de información en las operaciones portuarias
- 18.3. Logística portuaria
 - 18.3.1. La logística portuaria
 - 18.3.2. Los Puertos como nodos logísticos en la cadena de suministro global
 - 18.3.3. La logística en el transporte por contenedor
- 18.4. Ordenación general del Puerto
 - 18.4.1. Organización general de los tráficos marítimos y terrestres en un Puerto
 - 18.4.2. Entrada de buques en Puerto
 - 18.4.3. Asignación de puestos de fondeo y atraque
 - 18.4.4. Estancias de buques y movimientos interiores
 - 18.4.5. Circulación de vehículos y personas en el Puerto
 - 18.4.6. Pasajeros y mercancías

- 18.5. Gestión de una terminal portuaria
 - 18.5.1. Niveles de análisis
 - 18.5.2. Planificación de terminales portuarias
 - 18.5.3. Indicadores de productividad
- 18.6. Servicios portuarios
 - 18.6.1. Regulación de los servicios portuarios
 - 18.6.2. Obligaciones de servicio público
 - 18.6.3. Tipos de servicios portuarios
- 18.7. Servicios técnico-náuticos
 - 18.7.1. Amarre
 - 18.7.2. Remolque portuario
 - 18.7.3. Practicaje
- 18.8. Servicios a la mercancía, pasajeros y recepción de desechos
 - 18.8.1. Servicio de manipulación de mercancías
 - 18.8.1.1. Actividades de carga y estiba
 - 18.8.1.2. Actividades de desestiba y descarga
 - 18.8.1.3. Posibles operaciones exentas de estiba y desestiba
 - 18.8.2. Servicio de recepción de desechos generados por buques
 - 18.8.3. Servicio al pasaje
- 18.9. Servicios comerciales al buque
 - 18.9.1. Suministro de avituallamiento
 - 18.9.2. Suministro de combustible
 - 18.9.3. Suministro de GNL
 - 18.9.4. Suministro de energía eléctrica a buques
- 18.10. Servicio de señalización marítima
 - 18.10.1. Tipos de ayudas a la navegación
 - 18.10.2. Ayudas visuales
 - 18.10.3. Ayudas acústicas
 - 18.10.4. Ayudas radioeléctricas
 - 18.10.5. VTS
 - 18.10.6. El Sistema de Balizamiento Marítimo de la IALA

Módulo 19. Planificación y Desarrollo de Infraestructuras Sostenibilidad Medioambiental

- 19.1. Planificación portuaria sostenible
 - 19.1.1. Legislación: *Fit for 55* y *EU ETS*
 - 19.1.2. Relaciones con otros continentes
 - 19.1.3. Relaciones con la Organización Marítima Internacional (OMI)
- 19.2. Instrumentos de planificación portuaria y adaptación a la nueva realidad climática
 - 19.2.1. *Master Plans*
 - 19.2.2. Instrumentos de planificación para el desarrollo de infraestructuras
 - 19.2.3. Diseño y rediseño de terminales portuarias: Planes de electrificación
 - 19.2.4. Relaciones Puerto-ciudad sostenibles: Cambio climático y diseño de espacios Puerto-ciudad
- 19.3. Evaluación ambiental de los instrumentos de planificación portuaria
 - 19.3.1. Programas de desarrollo de Infraestructuras
 - 19.3.2. Evaluación de planes de desarrollo de infraestructuras
 - 19.3.3. Evaluación de Proyectos de Infraestructuras
- 19.4. Financiación de proyectos de desarrollo sostenible de infraestructuras portuarias
 - 19.4.1. El Banco Europeo de Inversiones
 - 19.4.2. El Banco Mundial
 - 19.4.3. El Banco Interamericano de Desarrollo
 - 19.4.4. Fondos de inversión internacionales
 - 19.4.5. Emisión de Bonos verdes
- 19.5. Los Puertos y la erosión de las costas: *Working with Nature*
 - 19.5.1. Proyectos de preservación de estuarios
 - 19.5.2. Proyectos de regeneración costera
 - 19.5.3. Proyectos de reutilización de sedimentos
- 19.6. Proyectos de inversión en energías de origen renovable
 - 19.6.1. Proyectos de generación de energía eólica *on shore* y *off shore*
 - 19.6.2. Proyectos de energía fotovoltaica *on shore* y *off shore*
 - 19.6.3. Otras energías de origen renovable

- 19.7. Evaluación de la rentabilidad de los proyectos de inversión. Metodología MEIPOINT
 - 19.7.1. Análisis del contexto y objetivos del proyecto
 - 19.7.2. Análisis de alternativas
 - 19.7.3. Definición del proyecto
 - 19.7.4. Análisis financiero
 - 19.7.5. Análisis económico
 - 19.7.6. Análisis de sensibilidad y de riesgos
- 19.8. Tecnología BIM aplicada a los Puertos
 - 19.8.1. Diseño de terminales portuarias
 - 19.8.2. Diseño de proyectos de electrificación de muelles
 - 19.8.3. Diseño de proyectos de accesos terrestres a Puertos
- 19.9. Instrumentos de vigilancia y previsión del medio marino
 - 19.9.1. Redes de medida: Boyas, mareógrafos y radares de alta frecuencia
 - 19.9.2. Elementos para la predicción del clima marítimo y escenarios de cambio
 - 19.9.3. Proyectos
- 19.10. Economía Azul
 - 19.10.1. Economía Azul. Dimensiones
 - 19.10.2. Proyectos de preservación de los ecosistemas marinos
 - 19.10.3. Puertos y centros de investigación climática y marina:
Hacia una relación a largo plazo



Módulo 20. Seguridad y Protección Portuaria

- 20.1. Seguridad portuaria
 - 20.1.1. Seguridad en Puertos
 - 20.1.2. Seguridad y protección
 - 20.1.3. Normativa, regulaciones y estándares internacionales
- 20.2. Seguridad tecnológica e industrial en Puertos
 - 20.2.1. Gestión de mercancías peligrosas
 - 20.2.2. Prevención de accidentes industriales
 - 20.2.3. Procedimientos de seguridad en la manipulación y transporte de mercancías
- 20.3. Protección portuaria. Planificación de la seguridad
 - 20.3.1. Identificación de amenazas y vulnerabilidades
 - 20.3.2. Análisis de riesgos y evaluación de protección
 - 20.3.3. Estrategias de mitigación de riesgos. Planes de protección
- 20.4. Protección física y electrónica
 - 20.4.1. Diseño de sistemas de protección física
 - 20.4.2. Control de acceso y monitoreo
 - 20.4.3. Tecnologías de seguridad en Puertos
- 20.5. Seguridad lógica y cibernética en Puertos
 - 20.5.1. Ciberamenazas y vulnerabilidades específicas
 - 20.5.2. Estrategias de ciberseguridad portuaria
 - 20.5.3. Respuesta a incidentes cibernéticos
- 20.6. Gestión de crisis y emergencias
 - 20.6.1. Planificación de respuesta a emergencias
 - 20.6.2. Coordinación con agencias de seguridad pública
 - 20.6.3. Simulacros y ejercicios de respuesta
- 20.7. Relaciones con la comunidad y comunicación en crisis
 - 20.7.1. Importancia de la comunicación con la comunidad
 - 20.7.2. Estrategias de comunicación en situaciones de crisis
 - 20.7.3. Responsabilidad social corporativa en Puertos
- 20.8. Gestión de un Departamento de Seguridad
 - 20.8.1. Gestión de la seguridad pública y privada
 - 20.8.2. Planificación de la seguridad
 - 20.8.3. Recursos materiales
 - 20.8.4. Gestión de Recursos Humanos y capacitación
- 20.9. Prevención y protección
 - 20.9.1. Recomendaciones frente a riesgos de naturaleza antisocial
 - 20.9.2. Recomendaciones frente a riesgo de incendios
 - 20.9.3. Recomendaciones frente a riesgos laborales
- 20.10. Innovación y futuro de la seguridad portuaria
 - 20.10.1. Tendencias tecnológicas en seguridad portuaria
 - 20.10.2. Inteligencia artificial y análisis de datos
 - 20.10.3. Preparación para desafíos futuros



Abordarás los aspectos financieros y económicos relacionados con la gestión de operaciones portuarias y el transporte de mercancías, a través de los mejores materiales didácticos del panorama académico”

04

Objetivos docentes

Este Grand Master capacitará a los profesionales en la gestión eficiente y estratégica de las operaciones portuarias y el transporte intermodal. Entre sus principales objetivos, destacará el comprender los principios fundamentales de la logística y el transporte, así como las últimas tendencias y tecnologías en la industria. Además, se desarrollarán habilidades de liderazgo y gestión, necesarias para dirigir equipos y tomar decisiones efectivas en entornos logísticos complejos y dinámicos. También se fomentará el análisis y la resolución de problemas, preparando a los egresados para enfrentar los desafíos operativos, económicos y ambientales inherentes a la Gestión de Puertos y Transporte Intermodal.





“

Gracias a este programa 100% online, colaborarás de manera efectiva con diferentes actores y optimizarás el flujo de mercancías portuarias a nivel nacional e internacional. ¿Qué esperas para matricularte?”



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar habilidades para gestionar operaciones portuarias y de transporte intermodal de manera eficiente
- ♦ Aplicar estrategias para optimizar la logística y el flujo de mercancías en puertos y terminales intermodales
- ♦ Gestionar la integración de modos de transporte para mejorar la cadena de suministro global
- ♦ Desarrollar competencias en la planificación y ejecución de proyectos portuarios y logísticos
- ♦ Implementar tecnologías avanzadas para mejorar la gestión de puertos y el transporte intermodal
- ♦ Analizar y optimizar el uso de infraestructura portuaria para aumentar la capacidad operativa
- ♦ Gestionar el cumplimiento de regulaciones internacionales en el transporte marítimo y terrestre
- ♦ Desarrollar estrategias de sostenibilidad en la gestión de puertos y el transporte de mercancías
- ♦ Establecer políticas de seguridad en puertos y transporte intermodal para garantizar operaciones seguras
- ♦ Aplicar principios de gestión de riesgos para mitigar posibles interrupciones en el transporte intermodal
- ♦ Optimizar el uso de recursos y equipos en puertos para mejorar la eficiencia operativa
- ♦ Gestionar las relaciones con proveedores y operadores logísticos para optimizar el transporte intermodal
- ♦ Desarrollar e implementar planes de expansión y modernización de infraestructuras portuarias
- ♦ Fomentar la colaboración entre actores del sector para mejorar la integración del transporte intermodal
- ♦ Implementar soluciones tecnológicas para el seguimiento y control de las mercancías en tránsito
- ♦ Gestionar la logística internacional para mejorar la competitividad de puertos y empresas de transporte
- ♦ Desarrollar estrategias de comercialización y gestión de servicios portuarios y logísticos
- ♦ Aplicar herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones en la gestión portuaria
- ♦ Gestionar la formación y desarrollo de equipos especializados en operaciones portuarias y transporte intermodal
- ♦ Analizar las tendencias globales y regionales en transporte intermodal para adaptar la estrategia empresarial



Objetivos específicos

Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo ético que integren principios de responsabilidad social empresarial en la toma de decisiones
- ♦ Capacitar en la implementación de políticas de responsabilidad social que generen un impacto positivo en la comunidad y el entorno

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management Directivo*

- ♦ Ahondar en la formulación y ejecución de estrategias empresariales eficaces
- ♦ Obtener competencias en la gestión de equipos directivos para mejorar el rendimiento organizacional

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Profundizar en la gestión efectiva del talento humano, enfocándose en la atracción, desarrollo y retención de los empleados clave
- ♦ Ser capaz de crear y gestionar equipos de alto rendimiento alineados con los objetivos organizacionales

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- ♦ Manejar herramientas innovadoras para la toma de decisiones financieras estratégicas que optimicen los recursos y aseguren la rentabilidad de la empresa
- ♦ Capacitar en la elaboración y gestión de presupuestos, informes financieros y el análisis de la viabilidad de proyectos

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- ♦ Desarrollar competencias en la planificación, coordinación y control de las operaciones logísticas dentro de la cadena de suministro
- ♦ Optimizar los procesos operacionales y reducir los costos asociados a la logística empresarial

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- ♦ Optimizar la gestión de sistemas de información para mejorar la eficiencia organizacional
- ♦ Desarrollar habilidades para tomar decisiones sobre la implementación de sistemas de información alineados a los objetivos empresariales

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- ♦ Formar en la creación y ejecución de estrategias comerciales y de marketing que alineen la oferta empresarial con las demandas del mercado
- ♦ Desarrollar competencias en la gestión de la comunicación corporativa para fortalecer la imagen de marca

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- ♦ Dominar el uso de herramientas y metodologías para realizar investigaciones de mercado que identifiquen oportunidades de negocio
- ♦ Gestionar campañas publicitarias efectivas y tomar decisiones estratégicas en la dirección comercial

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- ♦ Fomentar la capacidad para gestionar proyectos innovadores que aporten valor y diferencien a la empresa en el mercado
- ♦ Desarrollar competencias en la planificación, ejecución y control de proyectos con un enfoque en la innovación y la sostenibilidad

Módulo 10. Management Directivo

- ♦ Obtener habilidades para liderar equipos directivos en entornos empresariales dinámicos y globalizados
- ♦ Capacitar para la toma de decisiones estratégicas que optimicen los recursos y mejoren el desempeño organizacional

Módulo 11. Logística y Operadores Logísticos

- ♦ Desarrollar una comprensión integral de las funciones y responsabilidades de los operadores logísticos en la cadena de suministro
- ♦ Capacitar en la gestión eficiente de la logística, incluyendo la coordinación de transporte, almacenamiento y distribución de mercancías

Módulo 12. Transporte Multimodal, Intermodalidad y Plataformas Logísticas

- ♦ Adquirir una comprensión de los beneficios y desafíos de la intermodalidad en la optimización de la cadena logística
- ♦ Analizar el papel de las plataformas logísticas en la mejora de la eficiencia en el transporte de mercancías y la integración de diferentes modos de transporte

Módulo 13. Transporte Marítimo

- ♦ Capacitar para evaluar la sostenibilidad y la eficiencia de las operaciones en el transporte marítimo, teniendo en cuenta las normativas internacionales
- ♦ Analizar las tendencias y desafíos en el transporte marítimo, incluyendo la digitalización y la implementación de nuevas tecnologías en la industria

Módulo 14. Puertos y Terminales Portuarias

- ♦ Desarrollar competencias para gestionar operaciones portuarias, optimizando los flujos de mercancías y garantizando la eficiencia de los procesos
- ♦ Analizar los factores que influyen en la competitividad de los Puertos y terminales, como la infraestructura, la tecnología y la sostenibilidad

Módulo 15. Modelo de Gobernanza Portuaria

- ♦ Ahondar en los diferentes modelos de gobernanza portuaria y cómo influyen en la toma de decisiones y la operativa de los Puertos
- ♦ Capacitar en la gestión de la relación entre autoridades portuarias, operadores y otros actores relevantes en el ámbito marítimo

Módulo 16. Planificación Estratégica Portuaria

- ♦ Diseñar e implementar planes estratégicos para Puertos, considerando factores como la capacidad de carga, la demanda del mercado y las tendencias globales
- ♦ Gestionar la expansión y modernización de infraestructuras portuarias, adaptándolas a las necesidades futuras

Módulo 17. Plan de Empresa de un Puerto y Gestión de los RR.HH

- ♦ Desarrollar habilidades en la gestión de recursos humanos en Puertos y terminales, enfocándose en la formación, motivación y organización de los equipos de trabajo
- ♦ Analizar las mejores prácticas en la gestión de equipos multidisciplinares dentro del entorno portuario, maximizando la eficiencia y la seguridad operativa

Módulo 18. Logística Marítimo-Portuaria y Servicios Portuarios

- ♦ Comprender los procesos logísticos específicos en el entorno marítimo-portuario, desde la llegada de mercancías hasta su distribución final
- ♦ Profundizar en la gestión de servicios portuarios, como el manejo de carga, almacenamiento, aduanas y servicios adicionales que optimicen las operaciones logísticas

Módulo 19. Planificación y Desarrollo de Infraestructuras y Sostenibilidad Medioambiental

- ♦ Crear infraestructuras portuarias sostenibles, considerando las necesidades del mercado y los principios de sostenibilidad medioambiental
- ♦ Obtener habilidades para planificar y ejecutar proyectos de infraestructuras portuarias que reduzcan el impacto ambiental y favorezcan el desarrollo económico

Módulo 20. Seguridad y Protección Portuaria

- ♦ Capacitar para identificar riesgos y aplicar medidas preventivas en la seguridad física y cibernética dentro del entorno portuario
- ♦ Analizar los protocolos y normativas de seguridad internacionales en Puertos y terminales, garantizando el cumplimiento de las regulaciones y la protección de las infraestructuras críticas

05

Salidas profesionales

Los profesionales estarán capacitados para ocupar posiciones de alta dirección en empresas del ámbito marítimo, logístico y de transporte, como directores generales, gerentes de operaciones, responsables de Recursos Humanos y expertos en gestión estratégica. Además, podrán desempeñarse como consultores especializados, desarrollar su propio negocio en el sector o asumir roles clave en la formulación de políticas y gestión de infraestructuras portuarias. También tendrán la oportunidad de anticiparse a los retos del mercado globalizado, optimizando la eficiencia y sostenibilidad de las operaciones en entornos intermodales y multimodales.





“

¿Quieres liderar y transformar el sector logístico y portuario? Llegaste al lugar indicado. Este posgrado te impulsará a cumplir tus propósitos y abrirá una amplia gama de salidas profesionales”

Perfil del egresado

Con una sólida capacitación en las últimas tendencias de la gestión empresarial, el egresado será capaz de tomar decisiones informadas, basadas en criterios de sostenibilidad y eficiencia operativa. Además, dominará las herramientas necesarias para gestionar Recursos Humanos, optimizar procesos logísticos y aplicar estrategias innovadoras que garanticen la competitividad y adaptabilidad. También estará preparado para asumir roles de alta dirección, impulsar la transformación digital del sector, gestionar proyectos multimodales y portuarios, así como desarrollar soluciones que respondan a los desafíos del mercado global y de la evolución de las infraestructuras portuarias.

Te convertirás en un profesional altamente capacitado para liderar y gestionar organizaciones en el sector logístico y portuario, con una visión estratégica y globalizada.

- ♦ **Liderazgo Estratégico:** Dirigir equipos y proyectos de manera efectiva, tomando decisiones estratégicas que alineen los objetivos empresariales con las tendencias del mercado global y las necesidades de la organización
- ♦ **Gestión de la Innovación y Adaptabilidad:** Diseñar e implementar estrategias innovadoras, adaptándose rápidamente a los avances tecnológicos y cambios del mercado, y asegurando la competitividad y la sostenibilidad a largo plazo
- ♦ **Gestión Eficiente de Recursos Humanos:** Gestionar equipos de trabajo, fomentar un ambiente organizacional positivo y maximizar el rendimiento de los empleados, asegurando que la organización cuente con un capital humano altamente productivo
- ♦ **Toma de Decisiones Financieras y Económicas:** Gestionar el plan económico y financiero, optimizando recursos y tomando decisiones informadas que favorezcan la rentabilidad y el crecimiento sostenible, alineados con las mejores prácticas



Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Director General de Operaciones Portuarias:** Supervisor y gestor de operaciones dentro de Puertos y terminales, garantizando la eficiencia operativa, la seguridad y el cumplimiento de los estándares internacionales.
- 2. Gerente de Logística y Transporte Intermodal:** Diseñador de las soluciones logísticas intermodales, integrando diferentes medios de transporte (marítimo, ferroviario, terrestre)
- 3. Consultor en Gestión Portuaria y Logística:** Asesor en empresas, gobiernos y organizaciones para la optimización de las operaciones portuarias, la gestión de infraestructuras y el diseño de estrategias logísticas.
- 4. Director de Sostenibilidad y Medio Ambiente:** Planificador de políticas medioambientales y sostenibles en el ámbito del transporte y la gestión portuaria, asegurando el cumplimiento de los estándares internacionales.
- 5. Gerente de Proyectos de Infraestructuras Portuarias:** Encargado de la planificación, ejecución y supervisión de proyectos de infraestructura en Puertos y terminales, asegurando la integración de nuevas tecnologías.
- 6. Director de Marketing y Estrategia Comercial:** Líder de la estrategia de Marketing para promover los servicios portuarios y logísticos, fortaleciendo la marca y la imagen de la empresa ante clientes potenciales y socios comerciales.
- 7. Responsable de Recursos Humanos en el Sector Portuario:** Gestor y desarrollador del talento dentro de las operaciones portuarias y logísticas, implementando estrategias para mejorar el rendimiento y la motivación del equipo.
- 8. Director de Finanzas y Control de Gestión:** Responsable de la planificación y gestión financiera en empresas del sector portuario y logístico, asegurando el control de los presupuestos, el análisis de costes y la toma de decisiones estratégicas.
- 9. Jefe de Operaciones Marítimas:** Líder de las operaciones de transporte marítimo, gestionando la planificación y ejecución de rutas, asegurando el cumplimiento de normativas internacionales y optimizando el uso de recursos.
- 10. Director de Gobernanza Portuaria:** Gestor los aspectos relacionados con la gobernanza de los Puertos, implementando modelos de gestión adecuados, promoviendo la transparencia, el consenso y la colaboración.



Tendrás la capacidad de distribuir cargas de trabajo y recursos entre diversos proyectos, asegurando que adquieras las herramientas necesarias para optimizar la eficiencia organizacional”

06

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

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



07

Cuadro docente

Los docentes son expertos altamente calificados y experimentados en diversos aspectos de la industria logística y portuaria. De hecho, provienen de diversos antecedentes profesionales y están comprometidos con la excelencia académica y la aplicación práctica del conocimiento, ofreciendo a los egresados una combinación única de teoría y experiencia real en la industria. Además, no solo cuentan con sólidos antecedentes académicos, sino que también han desempeñado roles destacados en este campo.





“

El cuadro docente estará al tanto de las últimas tendencias y desarrollos en el campo, lo que les permitirá proporcionar a los egresados una capacitación actualizada y relevante”

Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación y estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista *Fortune 50*, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento en Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es crear **equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar la marca de empleador** y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



Dña. Dove, Jennifer

- ♦ Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Responsable de Selección de Personal Comcast
- ♦ Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- ♦ Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- ♦ Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- ♦ Ejecutiva de Cuentas en BNC
- ♦ Ejecutiva de Cuentas en Vault
- ♦ Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami



Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en Amazon le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En Microsoft ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



D. Gauthier, Rick

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado**, centradas en sus **clientes** y el **mundo digital**.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: satisfacer las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar una “descarbonización rentable”** y **revisar un panorama fragmentado de datos, digital y tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.



D. Arman, Romi

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD



¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional”

Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un **experimentado profesional** en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros**, las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing, análisis de medios, medición y atribución**. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search**, **Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA**.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton, Airbus y Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes** y **trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

“

¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia”

Director Invitado Internacional

Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un significativo impacto en el entorno de la Moda. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con Productos, Merchandising y Comunicación. Todo ello, ligado a marcas de prestigio como Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre otras.

Los resultados de este directivo de alto perfil internacional han estado vinculados a su probada capacidad para sintetizar información en marcos claros y ejecutar acciones concretas alineadas a objetivos empresariales específicos. Además, es reconocido por su proactividad y adaptación a ritmos acelerados de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una fuerte conciencia comercial, visión de mercado y una auténtica pasión por los productos.

Como Director Global de Marca y Merchandising en Giorgio Armani, ha supervisado disímiles estrategias de Marketing para ropas y accesorios. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el ámbito minorista y las necesidades y el comportamiento del consumidor. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como jefe de equipo en los departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas.

Por otro lado, en empresas como Calvin Klein o el Gruppo Coin, ha emprendido proyectos para impulsar la estructura, el desarrollo y la comercialización de diferentes colecciones. A su vez, ha sido encargado de crear calendarios eficaces para las campañas de compra y venta. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los términos, costes, procesos y plazos de entrega de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados líderes corporativos de la Moda y el Lujo. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el posicionamiento positivo de diferentes marcas y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



D. La Sala, Andrea

- Director Global de Marca y Merchandising Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- Director de Merchandising en Calvin Klein
- Responsable de Marca en Gruppo Coin
- Brand Manager en Dolce&Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado en Fastweb
- Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale



Los profesionales más cualificados y experimentados a nivel internacional te esperan en TECH para ofrecerte una enseñanza de primer nivel, actualizada y basada en la última evidencia científica. ¿A qué esperas para matricularte?"

Director Invitado Internacional

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la **Inteligencia Empresarial** a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como **Walmart** y **Red Bull**. Asimismo, este experto destaca por su visión para **identificar tecnologías emergentes** que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un **pionero** en el **empleo de técnicas de visualización de datos** que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por **recopilar información** y **generar acciones** concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al **análisis de Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminare para *insights* de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios **Másteres** y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



D. Gram, Mick

- ♦ Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- ♦ Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- ♦ Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- ♦ Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- ♦ Analista Jefe en Nordea
- ♦ Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- ♦ Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- ♦ MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhagen
- ♦ Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhagen



¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”

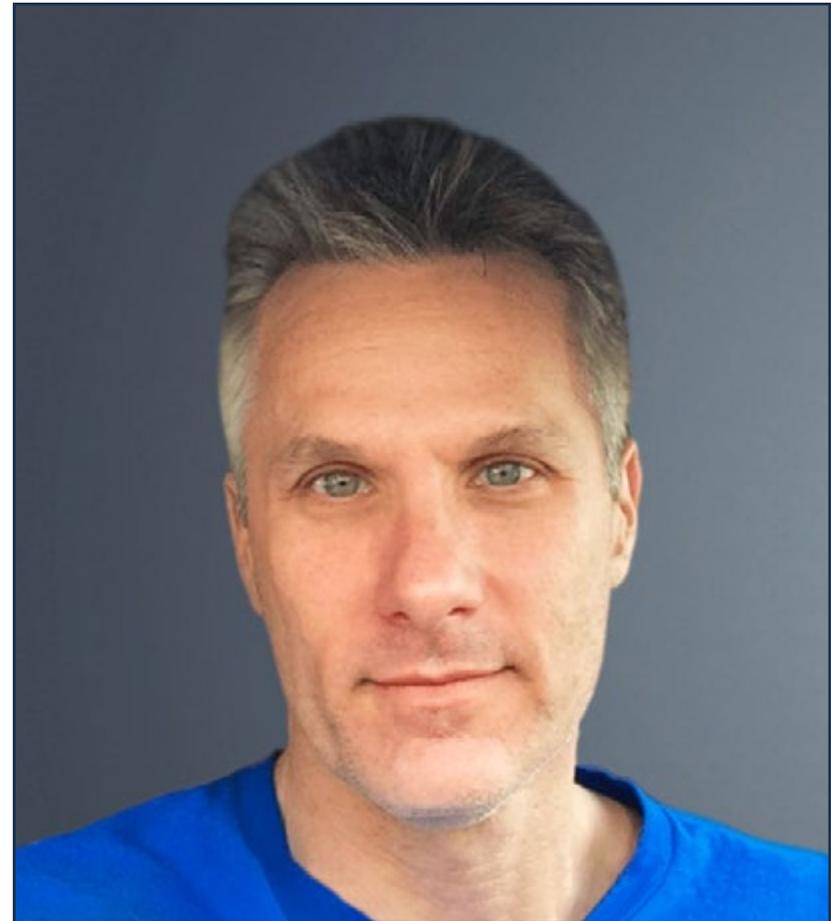
Director Invitado Internacional

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del **Marketing Digital** que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, **Warner Bros. Discovery**. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la **supervisión de logística y flujos de trabajos creativos** en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción en medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora** en las **tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y **campañas de propiedad digital**. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para **comerciales de televisión y trailers**.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación y narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.



D. Stevenson, Scott

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida

“

¡Alcanza tus objetivos académicos y profesionales con los expertos mejor cualificados del mundo! Los docentes de este MBA te guiarán durante todo el proceso de aprendizaje”

Directora Invitada Internacional

Galardonada con el "*International Content Marketing Awards*" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida **Directora de Comunicación** altamente especializada en el campo de la **Gestión de Reputación**.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como **Coca-Cola**. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la **plataforma de interacción interna Yammer**. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las **inversiones estratégicas** de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos **reconocimientos** por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos** y **Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos de comunicación** exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



Dña. Thole-Muir, Wendy

- ♦ Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- ♦ Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- ♦ Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- ♦ Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- ♦ Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- ♦ Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica

“

Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!”

Dirección



D. López Rodríguez, Armando

- ♦ Jefe de Área de Asesoría Técnica en Gabinete de Presidencia del Puertos del Estado
- ♦ Jefe de Área de Planificación Estratégica en Puertos del Estado
- ♦ Jefe del Área de Recursos y Tecnologías de la Información y Comunicaciones en Puertos del Estado
- ♦ Jefe de Área de Relaciones Corporativas en Puertos del Estado
- ♦ Profesor Asociado de la Escuela de Organización Industrial
- ♦ Profesor Asociado en AENOR
- ♦ Ingeniero de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Doctor en Historia por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- ♦ Programa de Desarrollo Directivo (PDD) por el IESE de la Universidad de Navarra
- ♦ Postgrado en Artificial Intelligence: Implications for Business Strategy por la Sloan School of Management del Massachusetts Institute of Technology
- ♦ Miembro de: Consejo de Administración de Infoport Valencia, Serviport Andalucía, Autoridad Portuaria de Almería



Profesores

Dr. López Ansorena, César

- ♦ Jefe de departamento de infraestructura y planificación en la Autoridad Portuaria de Ferrol San-Ciprián
- ♦ Experto en Dirección y Gestión Portuaria
- ♦ Oficial de Protección de Instalaciones Portuarias por la autoridad competente en materia de protección marítima
- ♦ Director de Seguridad Privada reconocido por el Ministerio de ARL Interior
- ♦ Doctor en Sistemas de ingeniería civil (programa de territorio y medioambiente) con Sobresaliente Cum Laude por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Experto en Protección de Infraestructuras Críticas y Estratégicas por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster profesional en Análisis de Inteligencia

D. Martín Gasull, Emilio

- ♦ Director División Transporte Refrigerado en Zanotti Appliance
- ♦ Director General en el Grupo HI Logistics
- ♦ Director Regional Levante en ERTRANSIT
- ♦ Branch Manager Levante en Agencia Fernández de Sola
- ♦ Director división Transporte Intermodal en Kuehne & Nagel Spain
- ♦ Director división marítima España y Portugal en DHL Global Forwarding
- ♦ Director división Transporte Intermodal en DHL Global Forwarding
- ♦ Director Regional Técnico en JF Hillebrand Spain
- ♦ Director Logística Marítima y Terrestre en Evergreen Shipping Spain
- ♦ Docente en el Máster gestión Portuaria y Transporte Intermodal
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia Formación Académica
- ♦ Comisario de Avería por el Colegio de oficiales de la Marina Mercante

Dña. García, Ana María

- ♦ Asesora Jefa a la Presidencia de ESPO
- ♦ Jefa del Área de Planificación de Puertos del Estado
- ♦ Jefa del Área de Desarrollo de Recursos Humanos en Puertos del Estado
- ♦ Gerente de Desarrollo de Negocio de Transporte e Industria en Indra
- ♦ Jefa del Departamento Técnico de Comercial y Marketing en Puertos del Estado
- ♦ Docente del Master de Gestión y Planificación Portuaria e Intermodalidad
- ♦ Licenciada en Psicología Especialidad Psicología del Trabajo y las Organizaciones por la Universidad Pontificia de Comillas (ICAI-ICADE) y Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en Dirección y Administración de Empresas, IESE, por la Universidad de Navarra
- ♦ Programa de liderazgo en Gestión Pública, IESE, por la Universidad de Navarra
- ♦ Miembro de: Comité de Gobernanza Portuaria Vocal consejera de la Administración General del Estado en las Autoridades Portuarias de Motril, Vigo, Gijón, A Coruña, Alicante, Tenerife y Cartagena

D. Muriente Núñez, Carlos

- ♦ Ingeniero Naval y Oceánico en ALR Akkodis Spain
- ♦ Grado en Arquitectura Naval por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster Habilitante en Ingeniería Naval y Oceánica por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster en Energías Renovables por TECH Universidad
- ♦ Curso en Materiales del Futuro en la Industria, la Construcción y la Tecnología por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Curso Vibration Analysis Category II por el Mobius Institute
- ♦ Certificación en Ultrasound Category I por el Mobius Institute
- ♦ Certificación en ISO 18436-4 Field Lubricant Analysis Category I por Grupo Techgnosis

D. Barroso Martín, Santiago

- ♦ Redactor de contenido jurídico en Ingeniería e Integración Avanzada S.A / BABEL
- ♦ Administrativo Jurídico en el Ilustre Colegio de Abogados de Málaga
- ♦ Asesor en Paralegal en Garcia de la Vega Abogados
- ♦ Grado en Derecho por la Universidad de Málaga
- ♦ Máster en Asesoría Jurídica de Empresas (MAJE) por la Universidad de Málaga
- ♦ Máster Experto en Asesoría Laboral, Fiscal y Contable por Ayuda T Pyme

D. Martín Santodomingo, Francisco Javier

- ♦ Cargo: Director de la Autoridad Portuaria de Vilagarcía de Arousa
- ♦ Subdirector Adjunto de Explotación y de Ayudas a la Navegación en Puertos del Estado
- ♦ Jefe de División de Proyectos de Obras Marítimas en el Grupo Dragados y Construcciones
- ♦ Docente en Máster en Gestión y Planificación Portuaria e Intermodalidad en Puertos del Estado, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad de Oviedo, Universidad de Cádiz y Universidad de A Coruña
- ♦ Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos con la especialidad en Transportes por la Universidad Politécnica
- ♦ Máster en Unión Europea por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster en Gestión Portuaria y Transporte Intermodal por ICADE en la Universidad Pontificia de Comillas
- ♦ Miembro: Consejo de Administración de las Autoridades Portuarias de Avilés, Cartagena, Santander, Castellón y Motril



D. Lubián García, José Miguel

- ◆ Cargo: Experto en gestión de Recursos Humanos en el sector portuario
- ◆ Dirección y coordinación del Máster de Gestión Portuaria de Puertos del Estado
- ◆ Docente en el INAP, IIR y EOI
- ◆ Subdirector de Estudios Portuarios en Puertos del Estado
- ◆ Subdirector de Planes de Empresa en Puertos del Estado
- ◆ Subdirector de RRHH en Puertos del Estado
- ◆ Jefe de Área de Organización y Planificación de RR.HH
- ◆ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid
- ◆ Máster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos por Escuela de Negocios
- ◆ Executive en Dirección del Sector Portuario por IESE
- ◆ Miembro de: Consejo de Administración de las Autoridades Portuarias de Castellón, Tarragona, A Coruña, Almería y Pasajes

08

Titulación

El Grand Master MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Grand Master MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (**boletín oficial**). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

TECH es miembro de la **Business Graduates Association (BGA)**, la organización internacional que aglutina a las principales escuelas de negocios de todo el mundo y es garantía de calidad de los mejores programas de formación para directivos. Las escuelas miembros de BGA están unidas por su dedicación a las prácticas de gestión responsables, el aprendizaje permanente y la entrega de un impacto positivo para las partes interesadas de la escuela de negocios. Pertenecer a BGA es sinónimo de calidad académica.

TECH es miembro de:



Título: **Grand Master MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**



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



Grand Master

MBA en Gestión de Puertos
y Transporte Intermodal

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

MBA en Gestión de Puertos y Transporte Intermodal

TECH es miembro de:



tech global
university