

# Máster Semipresencial

## MBA en Dirección de Compras



## Máster Semipresencial

### MBA en Dirección de Compras

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS

Acceso web: [www.techtute.com/escuela-de-negocios/master-semipresencial/master-semipresencial-mba-direccion-compras](http://www.techtute.com/escuela-de-negocios/master-semipresencial/master-semipresencial-mba-direccion-compras)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

¿Por qué cursar este  
Máster Semipresencial?

---

*pág. 8*

03

Objetivos

---

*pág. 12*

04

Competencias

---

*pág. 16*

05

Dirección del curso

---

*pág. 20*

06

Estructura y Contenido

---

*pág. 26*

07

Prácticas

---

*pág. 34*

08

¿Dónde puedo hacer  
las Prácticas?

---

*pág. 40*

09

Metodología

---

*pág. 44*

10

Titulación

---

*pág. 52*

# 01

# Presentación

La falta de abastecimiento de productos, la mala calidad de los mismos o un incorrecto proceso de logística, sin duda harán fracasar a una empresa. No obstante, estas deficiencias son fácilmente corregidas, si la compañía posee un excelente departamento de compras, dirigida por un profesional cualificado. Es por eso, que TECH Universidad FUNDEPOS ofrece esta enseñanza universitaria con contenido avanzado y de calidad, que permita al alumnado adquirir el conocimiento necesario para poder liderar con efectividad un departamento crucial en la estrategia de toda entidad. Una titulación, que consta de una fase teórica 100% online, y con una estancia práctica en una compañía de prestigio, donde desarrollar las habilidades y capacidades de forma más directa y en un escenario de trabajo real.



“

*Este Máster Semipresencial MBA en Dirección de Compras te permitirá trazar la mejor estrategia en este campo, en tu empresa”*



El departamento de Compras ha ido adquiriendo en los últimos años un gran peso dentro de las empresas, debido a la alta competitividad y a las exigencias de un consumidor, que busca productos novedosos y de calidad. En este escenario, es clave contar con unos excelentes proveedores, establecer acuerdos de entrega y recepción de mercancía, y siempre con la mirada puesta en la obtención de beneficios.

Además, las nuevas tecnologías han dado paso, en muchas empresas a la digitalización, y a efectuar cambios en las logísticas. Un escenario novedoso, donde es imprescindible contar con profesionales capaces de dirigir dichos departamentos con una nueva visión empresarial y con todas las herramientas de gestión disponibles. En esta línea, TECH Universidad FUNDEPOS ha creado este Máster Semipresencial MBA en Dirección de Compras, que aporta al alumnado una enseñanza de alto nivel, con una perspectiva teórico-práctica.

Así, en este recorrido académico, el alumnado se adentrará en el liderazgo, la gestión de proyectos, la dirección estratégica de compras, la responsabilidad social corporativa y el impacto socio ecológico. Obtendrá una visión internacional y de expansión empresarial. Para ello, esta institución académica facilita recursos didácticos multimedia a los que podrá acceder, cómodamente, cuando y donde desee. Tan solo necesita de un ordenador, tablet o móvil con conexión a internet, para poder visualizar el temario alojado en la plataforma virtual.

A esta disruptiva experiencia académica se suman 10 *Masterclasses* de máximo rigor y excelencia. El desarrollo de las mismas es sumido por un experto internacional de altísimo prestigio que ha sido convocado por TECH Universidad FUNDEPOS como Director Invitado.

Una vez concluya la fase teórica, el egresado realizará una estancia práctica en una empresa de prestigio y con amplia trayectoria en su sector. Esto le permitirá adquirir un aprendizaje mucho más directo y esencial para poder avanzar en su carrera profesional.

Sin duda, TECH Universidad FUNDEPOS ofrece con este programa universitario una opción académica única, para aquellas personas que deseen cursar una enseñanza de alto nivel, con acceso flexible a su temario, y además con una Capacitación Práctica, que le llevará a desenvolverse en la Dirección de un Departamento de Compras de una empresa relevante.

Este **Máster Semipresencial MBA en Dirección de Compras** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ Desarrollo de más de 100 casos prácticos presentados por expertos en la gestión y Dirección de Compras
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información actual y asistencial sobre aquellas disciplinas administrativas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Conocimiento en profundidad del área de Recursos Humanos, así como sus características y modelos de gestión
- ♦ Sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre los casos prácticos planteados
- ♦ Guías de práctica para el uso de las principales herramientas en administración de Recursos Humanos
- ♦ Todo esto, se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Además, el egresado podrá realizar una estancia de prácticas en una importante empresa



*Accede a las experiencias de un experto internacionales de elevado prestigio en el sector de los negocios gracias a 10 rigurosas Masterclasses”*

“

*Cursa una estancia intensiva de 3 semanas en un centro de prestigio y adquires todo el conocimiento que necesitas para poder dirigir con éxito el Departamento de Compras de grandes empresas”*

En esta propuesta de Máster Semipresencial, de carácter profesional y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales que desarrollan sus funciones en Departamento de Compras, y que requieren un alto nivel de cualificación. Los contenidos están basados en la última evidencia científica, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico de las funciones propias de dicho departamento y los elementos teórico-prácticos facilitarán la actualización del conocimiento y permitirán la toma de decisiones dentro de la estrategia empresarial.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional Directivo del Departamento de Compras un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales. El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del mismo. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

*TECH Universidad FUNDEPOS pone a tu alcance las herramientas pedagógicas más innovadoras. Accede a ellas, las 24 horas del día, desde cualquier dispositivo electrónico con conexión a internet.*

*Lidera con garantías la estrategia de compras de tu empresa y hazla crecer, gracias al conocimiento que obtendrás en este Máster Semipresencial MBA en Dirección de Compras.*



02

# ¿Por qué cursar este Máster Semipresencial?

Estar al día de los procedimientos y metodologías más eficaces en cuanto a la Dirección de Compras se refiere, requiere de una actualización constante debido a los avances de la tecnología y la ciencia. La administración y liderazgo de una empresa requiere de contar con profesional cualificados en cada departamento que asuman con eficiencia sus tareas. En vista de esta necesidad y del poco tiempo con el que cuentan los profesionales en la actualidad, TECH Universidad FUNDEPOS ha diseñado un nuevo modelo de enseñanza con un espacio teórico 100% online y una Capacitación Práctica en un centro empresarial de referencia junto a los expertos más vanguardistas. De esta manera, configurará el perfil competitivo que necesita en el mercado laboral de hoy en día.





“

*En tan solo 12 meses podrás configurar un perfil directivo mucho más competitivo acorde a las exigencias del mercado laboral actual”*

### **1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible**

Este Máster Semipresencial cuenta con la tecnología y metodología de vanguardia, para que pueda realizarse desde la comodidad del dispositivo de su preferencia. La parte teórica cuenta con un material de estudio exclusivo y los recursos audiovisuales más dinámicos, así completará las primeras 1500 horas de forma cómoda y flexible. Para finalizar contará con 120 horas de Capacitación Práctica en un entorno empresarial a la vanguardia de los objetivos propuesto.

### **2. Profundizar a partir de la experiencia de los mejores especialistas**

Este programa cuenta con itinerario académico especializado en Dirección de Compras que ha sido elaborado por los docentes más versados y con un perfil específico de amplia trayectoria en el área. Asimismo, no solo en la teoría, sino en la práctica contará con el debido acompañamiento de un tutor asignado para cumplir con la meta establecida.

### **3. Adentrarse en entornos profesionales de primera**

TECH Universidad FUNDEPOS selecciona minuciosamente todos los centros disponibles para las Capacitaciones Prácticas. Gracias a ello, el profesional tendrá garantizado el acceso a un entorno empresarial de prestigio en el área de Dirección de Compras. De esta manera, podrá comprobar el día a día de un área de trabajo exigente, rigurosa y exhaustiva, aplicando siempre la más moderna metodología de trabajo.





#### **4. Combinar la mejor teoría con la práctica más avanzada**

Gracias a la constante innovación y estudio de los métodos de enseñanza más efectivos, TECH Universidad FUNDEPOS ha logrado esta nueva propuesta académica semipresencial en la que el profesional podrá desarrollar todo su talento en cuanto a las funciones directivas y de liderazgo frente a un departamento de compras desde el primer día.

#### **5. Expandir las fronteras del conocimiento**

TECH Universidad FUNDEPOS facilita la expansión profesional y personal que el trabajador de hoy necesita con este Máster Semipresencial. Este programa único y progresista le permitirá avanzar hacia el éxito, en tan solo 12 meses y con un método de aprendizaje basado en el *Relearning* y la práctica para potenciar los propios talentos.

“

*Tendrás una inmersión práctica total en el centro que tú mismo elijas”*

# 03

## Objetivos

El diseño de este programa universitario llevará al alumnado a obtener a lo largo de 12 meses, un aprendizaje intensivo sobre la Dirección de Compras. Un conocimiento clave para su desarrollo personal y profesional, donde la competitividad y la diferenciación marcan el mercado. Para conseguirlo, TECH Universidad FUNDEPOS pone a disposición recursos pedagógicos innovadores, a los que podrá acceder, las 24 horas del día, desde cualquier dispositivo electrónico con conexión a internet. Una flexibilidad en una fase teórica, que se complementa con una estancia práctica en una entidad de referencia en su sector. Con todo ello, esta institución académica busca impulsar la carrera profesional del alumnado.





“

*Este programa Máster Semipresencial  
MBA en Dirección de Compras te da la  
oportunidad de superarte y marcarte  
nuevos retos en el ámbito empresarial”*





## Objetivo general

---

- Dentro de la estrategia empresarial, el Departamento de Compras es esencial para obtener beneficios, una atención de calidad con los proveedores, generando satisfacción final de los clientes que compran los productos. Así, el objetivo general de este Máster Semipresencial MBA en Dirección de Compras es ofrecer el conocimiento teórico-práctico más avanzado, que le permitía al alumnado alcanzar con éxito dichas metas en su empresa



*Este programa de actualización te proporcionará el conocimiento que necesitas para liderar con seguridad la Dirección de Compras de tu próximo proyecto empresarial”*





## Objetivos específicos

---

- ♦ Definir políticas de compras aprovisionamiento dentro del marco de la logística integral
- ♦ Definir las políticas, prácticas y palancas que configuren la gestión de compras, así como las relaciones cliente-proveedor
- ♦ Utilizar las herramientas de compra más adecuadas para la selección y evaluación de los mejores proveedores
- ♦ Estructurar las necesidades en el ámbito de las compras
- ♦ Implementar un plan de mejora de la productividad y de reducción de coste
- ♦ Evaluar y medir los resultados a través de la identificación de indicadores claves
- ♦ Desarrollar estrategias de negociación que generen relaciones estables y positivas con los proveedores
- ♦ Elaborar el plan estratégico del departamento de compras
- ♦ Definir las implicaciones financieras de la gestión de compras en la rentabilidad de la empresa
- ♦ Adquirir habilidades de liderazgo que permitan desarrollar con mayor soltura la labor profesional

# 04

# Competencias

En la Dirección de Compras es sumamente importante dominar las herramientas de gestión de proyectos y análisis económico para establecer las estrategias adecuadas. Todo ello, será posible gracias a esta enseñanza universitaria, que le permitirá, además, al alumnado potenciar sus capacidades y habilidades de liderazgo en área de gran valor en el ámbito empresarial.



“

*Este Máster Semipresencial te proporcionará las claves que necesitaras para liderar el Departamento de Compras o poner en marcha tu proyecto con garantías”*





## Competencias generales

---

- ♦ Realizar y gestionar el performance y la auditoría de compras
- ♦ Buscar y seleccionar a los proveedores más adecuados para la empresa
- ♦ Tener una planificación logística internacional que permita mejorar los beneficios de la empresa
- ♦ Aplicar los máximos niveles de calidad en todos los procesos y proyectos
- ♦ Planificar las compras atendiendo a la estrategia de la empresa
- ♦ Supervisar de manera adecuada la calidad de las entregas
- ♦ Adquirir habilidades para mantener una relación adecuada con proveedores y clientes
- ♦ Ampliar las habilidades para el análisis de la situación financiera de la empresa

“

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







## Competencias específicas

---

- ♦ Realizar el diagnóstico financiero de la compañía
- ♦ Realizar un análisis del mercado que permita conocer la situación de la empresa y sus competidores
- ♦ Mejorar los procesos en las compras y el aprovisionamiento
- ♦ Entender la importancia de las auditorías en el proceso de compras y aprovisionamiento de la empresa
- ♦ Entender la empresa y el proceso logístico desde una visión estratégica internacional
- ♦ Obtener conocimientos en el derecho mercantil, laboral y fiscal relacionado con la compañía
- ♦ Dominar las herramientas Lean para la gestión de proyectos
- ♦ Conocer las herramientas de gestión responsable

# 05

## Dirección del curso

TECH Universidad FUNDEPOS ha reunido a un completo equipo de docentes con reputado conocimiento en el área pedagógica, específicamente en empresarial, administración y compras. Este encuentro hace posible el contenido de más alta calidad y actualidad, debido a su perfil laboral activo. De esta manera, el profesional contará con el acompañamiento que necesita para potenciar sus habilidades y desarrollar las nuevas competencias que pondrá en práctica de forma inmediata en el sector empresarial moderno.





“

*Expertos en expansión internacional, Responsabilidad Social Corporativa y Auditoría, integran el cuadro docente de este programa”*

## 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

“

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



## Dirección



### **D. Larrosa Guirao, Salvador**

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

## Profesores

### **Dña. Gomis Noriega, Silvia**

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



# 06

## Estructura y contenido

El plan de estudios de esta titulación universitaria ha sido diseñado para ofrecer el contenido más relevante y esencial en Dirección de Compras. Gracias a él, el alumnado podrá ampliar sus conocimientos y capacidades sobre liderazgo, gestión económica y logística. Además, gracias al material didáctico multimedia adquirirá un aprendizaje mucho más atractivo y dinámico sobre la gestión de proyectos, la investigación de mercados o a la dirección estratégica. Completa esta excelente enseñanza teórica, una Capacitación Práctica en una empresa de prestigio, donde podrá desplegar los conceptos obtenidos, en un ambiente laboral real.



“

*Un equipo de excelentes profesionales con experiencia en el Dirección de Compras serán los responsables de aportarte un aprendizaje práctico y de gran utilidad”*

## Módulo 1. Management y liderazgo

- 1.1. *General Management*
  - 1.1.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
  - 1.1.2. Política de Gestión y Procesos
  - 1.1.3. *Society and Enterprise*
- 1.2. Dirección estratégica
  - 1.2.1. Establecer la posición estratégica: Misión, Visión y Valores
  - 1.2.2. Desarrollo de nuevos negocios
  - 1.2.3. Crecimiento y consolidación de la empresa
- 1.3. Estrategia competitiva
  - 1.3.1. Análisis del mercado
  - 1.3.2. Ventaja competitiva sostenible
  - 1.3.3. Retorno de la inversión
- 1.4. Estrategia corporativa
  - 1.4.1. *Driving Corporate Strategy*
  - 1.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
  - 1.4.3. *Framing Corporate Strategy*
- 1.5. Planificación y estrategia
  - 1.5.1. Relevancia de la Dirección Estratégica en el proceso de Control de Gestión
  - 1.5.2. Análisis del entorno y la organización
  - 1.5.3. *Lean Management*
- 1.6. Gestión del talento
  - 1.6.1. Gestión del Capital Humano
  - 1.6.2. Entorno, estrategia y métrica
  - 1.6.3. Innovación en la gestión de personas
- 1.7. Desarrollo directivo y liderazgo
  - 1.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 1.7.2. Motivación
  - 1.7.3. Inteligencia emocional
  - 1.7.4. Reuniones eficaces

- 1.8. Gestión del cambio
  - 1.8.1. Análisis del rendimiento
  - 1.8.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
  - 1.8.3. Gestión de procesos de cambio
  - 1.8.4. Gestión de equipos multiculturales
- 1.9. Negociación
  - 1.9.1. Negociación intercultural
  - 1.9.2. Enfoques para la negociación
  - 1.9.3. Técnicas de negociación efectiva
  - 1.9.4. La reestructuración

## Módulo 2. Logística y gestión económica

- 2.1. Diagnóstico financiero
  - 2.1.1. Indicadores para el análisis de los estados financieros
  - 2.1.2. Análisis de la rentabilidad
  - 2.1.3. Rentabilidad económica y financiera de una empresa
- 2.2. Análisis económico de decisiones
  - 2.2.1. Control Presupuestario
  - 2.2.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo
  - 2.2.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial
- 2.3. Valoración de inversiones y *Portfolio Management*
  - 2.3.1. Rentabilidad de los proyectos de inversión y la creación de valor
  - 2.3.2. Modelos para la evaluación de proyectos de inversión
  - 2.3.3. Análisis de sensibilidad, elaboración de escenarios y árboles de decisión
- 2.4. Gestión Financiera para dirección de compras
  - 2.4.1. Efecto multiplicador de las compras en los beneficios
  - 2.4.2. Rentabilidad y reducción de costes
  - 2.4.3. Coste de oportunidad de los activos
- 2.5. Control económico de las compras
  - 2.5.1. KPI, indicadores claves de gestión de compras
  - 2.5.2. Impacto en costes totales de la gestión adecuada de KPI
  - 2.5.3. Cuadro de mando económico y de control de las compras



- 2.6. Gestión de Almacenes, Stock y Logística
    - 2.6.1. Dirección de logística de compras
    - 2.6.2. Gestión de Stocks
    - 2.6.3. Gestión de Almacenes
  - 2.7. *Supply Chain Management*
    - 2.7.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
    - 2.7.2. Cambio en los patrones de demanda
    - 2.7.3. Cambio en la estrategia de las operaciones
  - 2.8. Procesos logísticos
    - 2.8.1. Organización y gestión por procesos
    - 2.8.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
    - 2.8.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
    - 2.8.4. Servicio posventa
  - 2.9. Logística y clientes
    - 2.9.1. Análisis de demanda y previsión
    - 2.9.2. Previsión y planificación de ventas
    - 2.9.3. *Collaborative Planning Forecasting and Replacement*
  - 2.10. Logística internacional
    - 2.10.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
    - 2.10.2. Formas y medios de pago internacional
    - 2.10.3. Plataformas logísticas a nivel internacional
- Módulo 3. Investigación de Mercados**
- 3.1. Nuevo entorno competitivo
    - 3.1.1. Innovación tecnológica e impacto económico
    - 3.1.2. Sociedad del conocimiento
    - 3.1.3. El nuevo perfil del consumidor
  - 3.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
    - 3.2.1. Variables y escalas de medida
    - 3.2.2. Fuentes de información
    - 3.2.3. Técnicas de muestreo
    - 3.2.4. Tratamiento y análisis de los datos
  - 3.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
    - 3.3.1. Técnicas directas: *Focus Group*
    - 3.3.2. Técnicas antropológicas
    - 3.3.3. Técnicas indirectas
    - 3.3.4. *Two Face Mirror* y método Delphi
  - 3.4. Segmentación de mercados
    - 3.4.1. Tipologías de mercado
    - 3.4.2. Concepto y análisis de la demanda
    - 3.4.3. Segmentación y criterios
    - 3.4.4. Definición de público objetivo
  - 3.5. Tipos de comportamiento de compra
    - 3.5.1. Comportamiento complejo
    - 3.5.2. Comportamiento reductor de disonancia
    - 3.5.3. Comportamiento de búsqueda variada
    - 3.5.4. Comportamiento habitual de compra
  - 3.6. Sistemas de información de marketing
    - 3.6.1. Enfoques conceptuales del sistema de información en marketing
    - 3.6.2. *Data Warehouse and Data Mining*
    - 3.6.3. Sistemas de información geográfica
  - 3.7. Gestión de proyectos de investigación
    - 3.7.1. Herramientas de análisis de información
    - 3.7.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
    - 3.7.3. Evaluación de viabilidad de proyectos
  - 3.8. *Marketing Intelligence*
    - 3.8.1. *Big Data*
    - 3.8.2. Experiencia de usuario
    - 3.8.3. Aplicación de técnicas

## Módulo 4. Gestión de proyectos y calidad para compradores

- 4.1. *Lean Management*
  - 4.1.1. Principios básicos de *Lean Management*
  - 4.1.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
  - 4.1.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad
- 4.2. Herramientas Lean para la gestión de proyectos
  - 4.2.1. Herramientas de mejora de calidad
  - 4.2.2. Herramientas de mejora de costes
  - 4.2.3. Herramientas de mejora de plazos
  - 4.2.4. Herramientas de mejora de implicación de personal
- 4.3. Aplicación práctica de la gestión *Lean*: principios y reglas básicas
  - 4.3.1. Identificación del despilfarro en Compras y *Procurement*
  - 4.3.2. Aplicación práctica de las 4 reglas *Lean*
  - 4.3.3. Definición unívoca de subprocesos mediante SIPOC
- 4.4. *Lean Six Sigma* en procesos de compras
  - 4.4.1. Maximizar el valor mediante el enfoque de mejora DMAIC
  - 4.4.2. Diagnóstico de la capacidad de los procesos y potencial de mejora
  - 4.4.3. Utilización de métricas de proceso y de resultado en *Procurement*
- 4.5. Gestión de la calidad en proyectos
  - 4.5.1. Planificación de proyectos con base en requisitos y especificaciones
  - 4.5.2. Requerimientos del cliente y evaluación competitiva
  - 4.5.3. Objetivos, relaciones y correlaciones
  - 4.5.4. Análisis modal de fallos y efectos
- 4.6. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos
  - 4.6.1. *Total Quality Management*
  - 4.6.2. *Six Sigma* como sistema global de gestión empresarial
  - 4.6.3. Modelo EFQM
- 4.7. Mapa de la cadena de valor en procesos de compras
  - 4.7.1. Identificación de objetivos concretos de mejora
  - 4.7.2. Ajuste y balanceo de procesos para reducir tiempos de no-valor y optimizar recursos

## Módulo 5. Función de compras y aprovisionamiento

- 5.1. Compras y cadena de valor
  - 5.1.1. Misión, objetivo y estructura del departamento de compras y aprovisionamiento
  - 5.1.2. Componentes principales del departamento de compras
  - 5.1.3. Compras y flujo logístico de la empresa
  - 5.1.4. Gestión de indicadores, cuadro de mando
- 5.2. Desarrollo de la estrategia de Compras
  - 5.2.1. Pliegos de condiciones de compra
  - 5.2.2. Gestión de entradas, pedidos y albaranes
  - 5.2.3. Gestión de incidencias e inventario
- 5.3. Análisis de precios, costes y valor de la compra
  - 5.3.1. *Category Management*
  - 5.3.2. Sistemas RFP y RFQ
  - 5.3.3. Índices internacionales para la fijación de precios
  - 5.3.4. Fijación dinámica de precios
- 5.4. Gestión de Riesgos en Compras
  - 5.4.1. Naturaleza del riesgo
  - 5.4.2. Riesgos en el mercado de suministros
  - 5.4.3. Seguros
  - 5.4.4. Riesgos de precios, volatilidad
- 5.5. e-procurement
  - 5.5.1. e-business y e-sourcing
  - 5.5.2. Subastas y subastas inversas
  - 5.5.3. Costes de aplicación y sistemas más empleados
  - 5.5.4. e-purchasing
- 5.6. Compras en diferentes industrias y sectores
  - 5.6.1. Compra de servicios
  - 5.6.2. Compra de bienes de equipos
  - 5.6.3. Compra de merchandising, marketing, publicidad
  - 5.6.4. IT, transportes y otros sectores
  - 5.6.5. Compra en el sector público

## Módulo 6. Gestión estratégica de compras

- 6.1. Gestión estratégica de compras
  - 6.1.1. Nuevos retos en la gestión de compras, *Sourcing* y aprovisionamiento
  - 6.1.2. Función de Compras en la empresa y en la cadena de suministro
  - 6.1.3. Función de Compras como proveedora de recursos
  - 6.1.4. Aspectos legales de la función de Compras
- 6.2. *Lean Management* en los procesos de compras
  - 6.2.1. *Lean Buying*
  - 6.2.2. *Outsourcing* en la SCM
  - 6.2.3. *Lean Supplying*
- 6.3. Diseño de la estrategia de compras
  - 6.3.1. Externalización
  - 6.3.2. Subcontratación de procesos
  - 6.3.3. Globalización
  - 6.3.4. Deslocalización
- 6.4. *Outsourcing-Insourcing*
  - 6.4.1. Modelos y procesos de compras
  - 6.4.2. Modelos de segmentación
  - 6.4.3. Rol del e-Procurement
- 6.5. Aprovisionamiento estratégico
  - 6.5.1. Selección de proveedores y estrategia
  - 6.5.2. Generación de valor desde el aprovisionamiento estratégico
  - 6.5.3. Operadores logísticos en aprovisionamiento
- 6.6. Diseño y gestión de almacenes
  - 6.6.1. Diseño avanzado de almacenes
  - 6.6.2. *Picking* y *Sorting*
  - 6.6.3. Control de flujo de materiales
- 6.7. *Lean Warehouse*
  - 6.7.1. Fundamentos de *Lean Warehousing*
  - 6.7.2. Sistemas manejo de inventario
  - 6.7.3. Radiofrecuencia en diseño de almacenes

- 6.8. Gestión del transporte y la distribución
  - 6.8.1. Coordinación entre transporte y almacenaje
  - 6.8.2. Zonas de actividades logísticas, ZAL
  - 6.8.3. Normativas y convenios del transporte aéreo y terrestre de mercancías
- 6.9. Logística interna
  - 6.9.1. Cálculo de necesidades
  - 6.9.2. Tipología de almacenes en un sistema JIT
  - 6.9.3. Suministros Douki Seisan
  - 6.9.4. *Lean Materials Handling*

## Módulo 7. *Supplier Relationship Management*

- 7.1. Planificación de la búsqueda de proveedores
  - 7.1.1. Proceso de oferta y desarrollo de criterios
  - 7.1.2. Identificación de los potenciales proveedores
  - 7.1.3. Selección de proveedores
- 7.2. Criterios de selección de proveedores
  - 7.2.1. Criterios económicos
  - 7.2.2. Criterios de calidad
  - 7.2.3. Otros criterios
- 7.3. Gestión de la relación con el proveedor
  - 7.3.1. Ética en las relaciones
  - 7.3.2. Planificar la contratación
  - 7.3.3. Adquisición de servicios
- 7.4. Integración de proveedores en la cadena de valor
  - 7.4.1. Fases del proceso de integración
  - 7.4.2. Riesgos y parámetros de control
  - 7.4.3. Seguimiento
  - 7.4.4. Ruptura de la integración

- 7.5. Derecho mercantil
  - 7.5.1. El contrato de compraventa
  - 7.5.2. Pagos y morosidad
  - 7.5.3. Garantías de cumplimiento
  - 7.5.4. Responsabilidad por daños causados por productos defectuosos
  - 7.5.5. Contratos de alquiler
- 7.6. Derecho laboral
  - 7.6.1. Contrata de obras y servicios
  - 7.6.2. Responsabilidad solidaria laboral
  - 7.6.3. Responsabilidad subsidiaria de Seguridad Social
  - 7.6.4. Prevención de riesgos laborales
- 7.7. Derecho fiscal
  - 7.7.1. Responsabilidades fiscales en la subcontratación
  - 7.7.2. Repercusiones fiscales de las compras
- 7.8. Gestión y administración del contrato
  - 7.8.1. Negociación y puesta en marcha
  - 7.8.2. Monitorización y control de resultados
  - 7.8.3. Cierre del contrato

## Módulo 8. Impacto socio-ecológico

- 8.1. Responsabilidad social corporativa
  - 8.1.1. Visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa
  - 8.1.2. Sistemas y modelos para la implantación de la RSC
  - 8.1.3. Organización de la RSC
  - 8.1.4. Roles y responsabilidades
- 8.2. SCM y *Corporate Responsibility*
  - 8.2.1. La creación de valor en una economía de intangibles
  - 8.2.2. RSC: compromiso empresarial
  - 8.2.3. Impacto social, ambiental y económico
- 8.3. Finanzas e inversión responsables
  - 8.3.1. Transparencia en la información
  - 8.3.2. Financiación e inversión responsable
  - 8.3.3. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa

- 8.4. Empresa y medioambiente
  - 8.4.1. Desarrollo sostenible
  - 8.4.2. Desarrollo legislativo en la responsabilidad medio ambiental
  - 8.4.3. Respuesta de las empresas ante la problemática ambiental
  - 8.4.4. Residuos y emisiones
- 8.5. Sistemas y herramientas de gestión responsable
  - 8.5.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social
  - 8.5.2. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral
  - 8.5.3. Auditorías
- 8.6. Ética empresarial
  - 8.6.1. Comportamiento ético en la empresa
  - 8.6.2. Deontología y códigos éticos
  - 8.6.3. Fraudes y conflictos de interés

## Módulo 9. *Global Sourcing*

- 9.1. Entorno económico global
  - 9.1.1. Fundamentos de la economía global
  - 9.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
  - 9.1.3. *Growth and Development in Emerging Markets*
  - 9.1.4. Sistema monetario internacional
- 9.2. Adaptación de compras al *Global Sourcing*
  - 9.2.1. Estructura de compras
  - 9.2.2. Necesidad de nuevas aptitudes
  - 9.2.3. Intermediarios
- 9.3. Gestión de las importaciones
  - 9.3.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
  - 9.3.2. Instituciones y acuerdos de comercio internacional
  - 9.3.3. Legislación aduanera
  - 9.3.4. Dirección de plantas y compras internacionales

- 9.4. Distribución logística internacional
  - 9.4.1. Plataformas logísticas a nivel internacional
  - 9.4.2. Operador de transporte internacional
  - 9.4.3. *Hubs* y distribución
- 9.5. Incoterms y gestión documentaria internacional
  - 9.5.1. Exportación o implantación
  - 9.5.2. El contrato de agencia, distribución y compraventa internacional
  - 9.5.3. La propiedad industrial e intelectual
  - 9.5.4. Clasificación arancelaria
- 9.6. Formas y medios de pago internacional
  - 9.6.1. La elección del medio de pago
  - 9.6.2. El crédito documentario
  - 9.6.3. Garantía bancaria y crédito documentario
- 9.7. *Internacional Lean Logistics*
  - 9.7.1. Fundamentos Lean con aplicación en logística internacional
  - 9.7.2. Principales implicaciones y requerimientos
  - 9.7.3. Otras metodologías de mejora de procesos

## Módulo 10. *Performance* y auditoría

- 10.1. Aspectos generales de los indicadores de gestión empresarial
  - 10.1.1. Funciones de los Indicadores de Gestión
  - 10.1.2. Panel de Indicadores y *Balance Score Card*
  - 10.1.3. Indicadores Logísticos
- 10.2. Indicadores de Compras de Materiales de Partida
  - 10.2.1. Indicadores de eficacia
  - 10.2.2. Indicadores económicos
  - 10.2.3. Indicadores de relación con clientes internos
  - 10.2.4. Indicadores de efectividad en aprovisionamiento
  - 10.2.5. Indicadores de eficiencia en el aprovisionamiento
  - 10.2.6. Objetivos de Compras

- 10.3. Indicadores de Compras de Servicios
  - 10.3.1. Indicadores económicos
  - 10.3.2. Indicadores de efectividad en aprovisionamiento
  - 10.3.3. Indicadores de eficacia
  - 10.3.4. Indicadores de relación
  - 10.3.5. Indicadores de relación con nuestros clientes internos
- 10.4. Otros indicadores
  - 10.4.1. Indicadores de rendimiento
  - 10.4.2. Indicadores de productividad del equipo de compras
- 10.5. Auditoría de compras
  - 10.5.1. Política general de auditoría
  - 10.5.2. Objetivos de la auditoría
  - 10.5.3. Alcance de la auditoría sobre los controles de las compras
  - 10.5.4. Auditorías internas, formación, y políticas y procedimientos del contratista
- 10.6. *Benchmarking* en la gestión de compras
  - 10.6.1. Tipos de *Benchmarking*
  - 10.6.2. Realizar un *Benchmark* en el mercado
  - 10.6.3. Logros y ventajas de la aplicación del *Benchmarking* en un departamento de compras
  - 10.6.4. La medición de la evaluación comparativa



*Este Máster Semipresencial te permitirá avanzar en tu carrera en una capacitación flexible y con un contenido multimedia de alta calidad”*



# 07 Prácticas

Una vez supere la fase teórica de esta titulación universitaria, el alumnado se adentrará en una estancia práctica, que le llevará a poder observar y aplicar los principales conceptos adquiridos a lo largo de este Máster Semipresencial. Así, en este periodo podrá desenvolverse ante situaciones reales en el Departamento de Compras, obteniendo un aprendizaje intensivo, de gran utilidad para su progreso profesional en el ámbito empresarial.



“

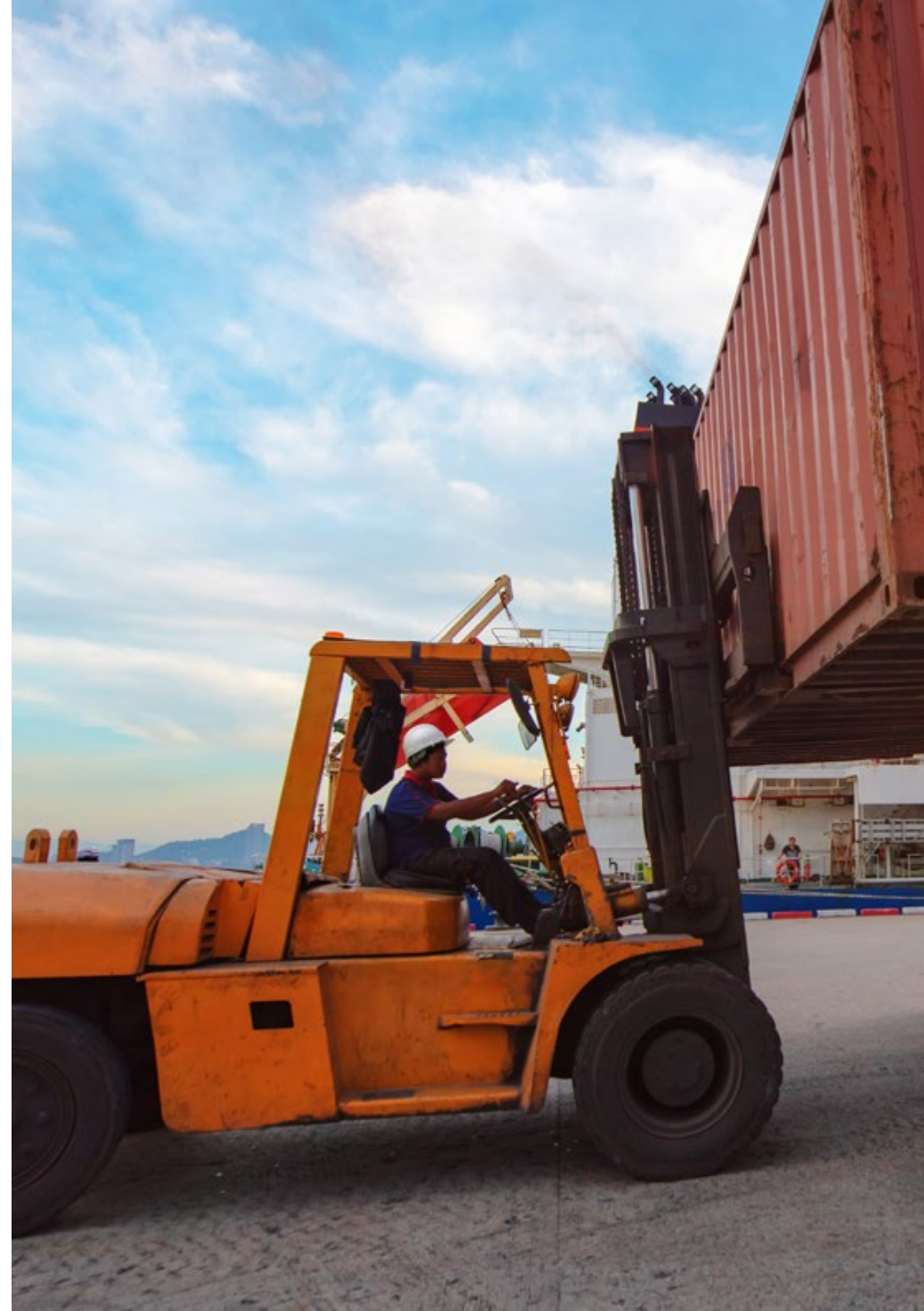
*Realiza tus prácticas en una de las empresas punteras de su sector, con un excelente equipo de profesionales, encargados del Departamento de Compras”*

El alumnado que curse este Máster Semipresencial tendrá la oportunidad de poder realizar una Capacitación Práctica, de 3 semanas de duración, en una empresa referente y con amplio recorrido en su sector. Así, de lunes a viernes, en jornadas de 8 horas consecutivas, el egresado tendrá la oportunidad de desenvolverse en un escenario empresarial real, donde podrá desarrollar sus capacidades en la Dirección de Compras.

Durante este periodo estará tutorizado por profesionales de dicha entidad, altamente cualificados y con amplia experiencia en dicho departamento. Su extenso conocimiento en esta materia, serán un gran respaldo, para el alumnado, que busca progresar en el ámbito empresarial de la mano de los mejores expertos.

En esta etapa práctica, el alumnado podrá apoyar en las labores de selección de proveedores, elaboración de presupuesto, gestión de contratos o colaborar en la planificación y gestión de un departamento de compras, determinante para garantizar cada operación de logística y abastecimiento.

La parte práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que faciliten el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis de dirección de compras (aprender a ser y aprender a relacionarse).





Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:

Módulo	Actividad Práctica
<b>Management Core</b>	Hacer uso de la tecnología y los recursos con los que cuenta la empresa
	Identificar la necesidad de compra
	Generar una solicitud de compra con los productos o servicios requeridos
	Establecer una solicitud de presupuesto y revisar los recibidos
	Verificar la entrega de los productos o servicios para asegurarse de que esté completo y cumpla con los requisitos especificados
<b>Dirección compras y estrategia</b>	Gestionar los contratos de cada proveedor
	Seleccionar la mejor oferta en función de los criterios especificados, como el precio, la disponibilidad y la calidad
	Realizar un pedido de compra que, una vez aceptado por el proveedor, se convierte en un acuerdo contractual que incluye los términos y condiciones más importantes
	Verificar la documentación recibida y generada desde esta actividad
	Apoyar en la gestión y planeamiento del stock de la empresa
<b>Expansión internacional, RSC y auditoría</b>	Plantear alternativas para solventar las posibles casuísticas de un caso
	Realizar la verificación del cumplimiento de sus requisitos a los proveedores de la Cadena de Suministro
	Apoyo en la búsqueda y selección de proveedores competitivos
	Colaboración en la planificación y gestión del departamento de compras en función de un presupuesto
	Elaborar una estrategia para optimizar recursos y ahorrar costes a la empresa, evitando futuros errores
	Analizar los precios otorgados por el proveedor a través de un estudio de mercado



## Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de esta institución es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, esta entidad educativa se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



## Condiciones generales de la capacitación práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

**1. TUTORÍA:** durante el Máster Semipresencial el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

**2. DURACIÓN:** el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

**3. INASISTENCIA:** en caso de no presentarse el día del inicio del Máster Semipresencial, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

**4. CERTIFICACIÓN:** el alumno que supere el Máster Semipresencial recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

**5. RELACIÓN LABORAL:** el Máster Semipresencial no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

**6. ESTUDIOS PREVIOS:** algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización del Máster Semipresencial. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH Universidad FUNDEPOS para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

**7. NO INCLUYE:** el Máster Semipresencial no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

08

# ¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

El itinerario de este Máster Semipresencial, contempla la realización de una estancia práctica en una empresa de prestigio en su sector y con un amplio recorrido empresarial. En este escenario, el alumnado podrá aplicar de forma directa, los conceptos adquiridos durante a través del temario facilitado. Para ello, contará, además con profesionales con amplia experiencia en la Dirección de Compras de dicha entidad.





“

*Iniciarás una experiencia práctica en un entorno empresarial 100% real, junto a profesionales especializados en el área de Compras”*



## tech 42 | ¿Dónde puedo hacer las Prácticas?



El alumno podrá cursar la parte práctica de este Máster Semipresencial en los siguientes centros:



Escuela de Negocios

### Gaming Partners

País	Ciudad
México	Ciudad de México

Dirección: Poniente 75 Col. 16 de septiembre  
Alcaldía Miguel Hidalgo

Empresa especializada en marketing gaming  
y desarrollo de videojuegos

---

#### Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Administración de Personas
- MBA en Dirección Comercial y Ventas





### Grupo Línea 7

País  
México

Ciudad  
Ciudad de México

Dirección: Avenida Tláhuac número interior C  
número exterior 1021 Col. Lomas Estrella 1A  
sección Iztapalapa C.P. 09880 cdmx

Empresa enfocada en la fabricación  
y distribución de bicicletas a nivel nacional

**Capacitaciones prácticas relacionadas:**

- Administración de Personas
- Economía y Estadística Aplicada a la Empresa



*Inscríbete ahora y avanza en tu campo de trabajo con un programa integral, que te permitirá poner en práctica todo lo aprendido”*



09

# Metodología

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

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





“

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



## TECH Universidad FUNDEPOS emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

“

*Con TECH Universidad FUNDEPOS podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”*



*Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.*



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

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH Universidad FUNDEPOS es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

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

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

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

TECH Universidad FUNDEPOS aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

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

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





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

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

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

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



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



#### Material de estudio

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

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



#### Clases magistrales

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

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



#### Prácticas de habilidades directivas

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



#### Lecturas complementarias

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







**Case studies**

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.



**Resúmenes interactivos**

El equipo de TECH Universidad FUNDEPOS presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



**Testing & Retesting**

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



# 10 Titulación

El Máster Semipresencial en MBA en Dirección de Compras garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Semipresencial, uno expedido por TECH Universidad Tecnológica y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

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

El programa del **Máster Semipresencial MBA en Dirección de Compras** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Universidad Tecnológica, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Universidad Tecnológica y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

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

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**

Duración: **12 meses**



\*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Universidad Tecnológica recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

salud futuro  
confianza personas  
educación información tutores  
garantía acreditación enseñanza  
instituciones tecnología aprendizaje  
comunidad compromiso  
atención personalizada innovación  
conocimiento presente  
desarrollo web formación  
aula virtual idiomas

**tech** universidad  
FUNDEPOS

## Máster Semipresencial MBA en Dirección de Compras

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS



# Máster Semipresencial

## MBA en Dirección de Compras

