

Máster Título Propio

Consultoría de Negocios

Aval/Membresía

A photograph of a woman with short, grey hair and glasses, wearing a light blue business suit. She is looking upwards and to the left with a thoughtful expression. The background is a blurred office environment with windows and shelves.

tech
universidad



Máster Título Propio Consultoría de Negocios

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

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

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. 28

05

Salidas profesionales

pág. 34

06

Metodología de estudio

pág. 38

07

Cuadro docente

pág. 48

08

Titulación

pág. 56

01

Presentación del programa

En un entorno institucional cada vez más globalizado y dinámico, la Consultoría de Negocios se ha consolidado como una herramienta clave para mantener la competitividad y mejorar el uso de recursos. Según un informe del Instituto Nacional de Estadística, más del 65 % de las empresas medianas y grandes han recurrido a servicios de consultoría externa en los últimos años, reflejando una tendencia clara hacia la profesionalización estratégica. Conscientes de esta realidad, TECH lanza un programa universitario 100% online, orientado a dotar a los profesionales de las herramientas más innovadoras para optimizar la toma de decisiones empresariales y contribuir al rendimiento sostenible de las organizaciones mediante contenido didáctico y actualizado, acorde a las necesidades del alumnado.



“

*Un programa exhaustivo y 100% online,
exclusivo de TECH y con una perspectiva
internacional respaldada por nuestra afiliación
con Business Graduates Association”*

El tejido empresarial está en constante transformación y la Consultoría de Negocios se ha convertido en una herramienta esencial para la toma de decisiones estratégicas, la optimización de procesos y la gestión eficiente de los recursos empresariales. Por lo tanto, las compañías requieren profesionales con habilidades analíticas, visión global y conocimientos sólidos en estrategia, finanzas e innovación para afrontar desafíos en mercados altamente competitivos.

En este contexto, surge este Máster Título Propio en Consultoría de Negocios de TECH, un programa universitario diseñado para proporcionar una capacitación integral y especializada en este ámbito. A través de un contenido estructurado y actualizado, los egresados explorarán desde los fundamentos de la Consultoría hasta técnicas avanzadas para la gestión del cambio, la transformación digital y la dirección estratégica de empresas. De este modo, los profesionales destacarán en un sector altamente competitivo.

Posteriormente, este programa universitario se imparte en modalidad 100% online, lo que permitirá a los profesionales compatibilizar su capacitación con sus responsabilidades laborales y personales. Además, el acceso a los contenidos está disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, desde cualquier dispositivo con conexión a internet, permitiendo flexibilidad. Con el respaldo de un equipo docente de prestigio y una metodología innovadora, esta titulación universitaria representa una oportunidad única para quienes buscan potenciar su carrera en Consultoría de Negocios y asumir nuevos retos profesionales en el ámbito empresarial. En adición, un prestigioso Director Invitado Internacional impartirá rigurosas y exclusivas *Masterclasses*.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, el alumno podrá acceder a recursos exclusivos y actualizados que fortalecerán su formación continua y su desarrollo profesional, así como descuentos en eventos profesionales que facilitarán el contacto con expertos del sector. Además, podrá ampliar su red profesional, conectando con especialistas de distintas regiones, favoreciendo el intercambio de conocimientos y nuevas oportunidades laborales.

Este **Máster Título Propio en Consultoría de Negocios** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Consultoría de Negocios
- ♦ 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 dirección de Consultoría de Negocios
- ♦ 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



Un reputado Director Invitado Internacional ofrecerá intensivas Masterclasses sobre las últimas actualizaciones en la Consultoría de Negocios”

“

Con sistema Relearning que emplea TECH, reducirás las largas horas de capacitación y memorización”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Consultoría de Negocios, 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.

Profundizarás en las metodologías de diagnóstico empresarial más efectivas para analizar el rendimiento de las organizaciones en diversas áreas funcionales.

Facilitarás los procesos de cambio en las instituciones, promoviendo la mejora continua y la adaptación a nuevas condiciones del mercado.



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 Wistuba, 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 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.


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.

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.



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

El contenido didáctico de este Máster Título Propio ha sido desarrollado por un equipo de expertos en Consultoría empresarial, asegurando un enfoque práctico y actualizado. A lo largo del programa universitario, el alumnado profundizará en áreas clave como el análisis sectorial con el modelo de las 5 fuerzas de Porter, abordando el estudio de competidores, proveedores, clientes, sustitutos y barreras de entrada. Además, se explorará el diagnóstico organizacional, incluyendo la diferenciación competitiva, el análisis del portafolio de productos y servicios, y la evaluación de rentabilidad.



“

Desarrollarás estrategias empresariales efectivas, impulsando el crecimiento y la competitividad en cualquier sector”

Módulo 1. La Consultoría de Negocio y la Función del Consultor

- 1.1. La realidad empresarial a la que se orienta la Consultoría de Negocio
 - 1.1.1. Clasificación de empresas
 - 1.1.2. La estructura empresarial
 - 1.1.3. Ventajas competitivas y supervivencia empresarial
- 1.2. Evolución, cambio y transformación
 - 1.2.1. Entorno disruptivo
 - 1.2.2. Palancas de transformación
 - 1.2.3. Aceleradores de cambio
- 1.3. Tipos de servicios de Consultoría
 - 1.3.1. Los servicios de Consultoría
 - 1.3.2. Servicios específicos de Consultoría de Negocio
 - 1.3.3. Una visión de la Consultoría por sectores de actividad
- 1.4. Integración de la Consultoría de Negocio con otros servicios profesionales
 - 1.4.1. Auditoría
 - 1.4.2. Fiscal / legal
 - 1.4.3. Riesgos y cumplimiento normativo
 - 1.4.4. Tecnología
 - 1.4.5. Operaciones
- 1.5. Consultoría interna Vs. Consultoría externa
 - 1.5.1. Perspectivas y ámbitos de actuación
 - 1.5.2. Motivos para la elección
 - 1.5.3. Capacidades y aceleradores
- 1.6. Tipología de empresas de prestación de servicios de Consultoría
 - 1.6.1. Empresas de Consultoría por área de prestación de servicios
 - 1.6.2. Empresas de Consultoría especializada
 - 1.6.3. Visión gráfica y tendencias de mercado
- 1.7. Funciones, habilidades y competencias del consultor
 - 1.7.1. Funciones habilidades
 - 1.7.2. Competencias
- 1.8. Modalidades de contratación
 - 1.8.1. "Proyecto cerrado"
 - 1.8.2. *Time & materials*

- 1.8.3. Subcontratación y *bodyshopping*
- 1.8.4. Otras modalidades
- 1.9. Ejecución: fases de la Consultoría
 - 1.9.1. Preparación
 - 1.9.2. Análisis y diagnóstico
 - 1.9.3. Plan de acción
 - 1.9.4. Aplicación o implementación
 - 1.9.5. Terminación
 - 1.9.6. Otros conceptos y modalidades: codefinición, "agile"
- 1.10. Organización de una empresa de Consultoría
 - 1.10.1. Dirección
 - 1.10.2. Sectores
 - 1.10.3. Funciones
 - 1.10.4. Por visión geográfica de ámbito de aplicación: local, regional, global

Módulo 2. "Estrategia"

- 2.1. La estrategia
 - 2.1.1. Elementos o componentes de la estrategia de negocio
 - 2.1.1.1. Fases del pensamiento estratégico
 - 2.1.1.2. Ambición vs estrategia
 - 2.1.2. Entorno competitivo y análisis sectorial
 - 2.1.2.1. Conceptos y métodos
 - 2.1.2.2. Diferenciadores
 - 2.1.3. Fases de una estrategia
 - 2.1.3.1. Etapas clave en la gestión estratégica de negocios
- 2.2. El ciclo estratégico
 - 2.2.1. Elementos de la planificación estratégica
 - 2.2.1.1. El análisis sectorial
 - 2.2.1.2. El diagnóstico
 - 2.2.1.3. La proyección
 - 2.2.1.4. Elecciones estratégicas
 - 2.2.2. Definición e implementación de la estrategia
 - 2.2.3. El proceso de revisión de la estrategia: análisis y consideraciones

- 2.3. El análisis sectorial – las 5 fuerzas de Porter
 - 2.3.1. Competidores
 - 2.3.1.1. Análisis de los competidores
 - 2.3.1.2. Fuente de diferenciación
 - 2.3.2. Proveedores
 - 2.3.2.1. Análisis de principales proveedores
 - 2.3.2.2. Proveedores son críticos para el negocio
 - 2.3.2.3. Alternativas y poder de negociación. Negocio Vs. Proveedor
 - 2.3.3. Clientes
 - 2.3.3.1. Análisis de clientes
 - 2.3.3.2. El proceso de compra y los modelos de decisión
 - 2.3.4. Sustitutos
 - 2.3.4.1. Productos, servicios o alternativas de los clientes
 - 2.3.4.2. Posicionamiento en el mercado de las alternativas
 - 2.3.5. Barreras de entrada
 - 2.3.5.1. Análisis de barreras de entrada en relación con el negocio
- 2.4. El diagnóstico de la organización
 - 2.4.1. Diferenciación competitiva. Análisis del portfolio de productos y servicios
 - 2.4.2. Análisis de rentabilidad, fortalezas y debilidades Análisis de capacidades en los principales mercados
- 2.5. La proyección estratégica
 - 2.5.1. Previsiones de mercado y macroeconómicas
 - 2.5.1.1. La macroeconomía y el comportamiento sectorial en los ciclos económicos
 - 2.5.2. El caso base
 - 2.5.2.1. Análisis de situación en caso de no actuar
 - 2.5.2.2. Proyectar un caso base
 - 2.5.2.3. Retar las convicciones
 - 2.5.3. Análisis de tendencias en el mercado
 - 2.5.3.1. Tendencias de sector
 - 2.5.3.2. Tendencias geográficas
 - 2.5.3.3. Innovación
- 2.5.4. Elaboración de escenarios
 - 2.5.4.1. Hipótesis de entrada a los escenarios
 - 2.5.4.2. Modelado de escenarios
 - 2.5.4.3. El stress - test de los escenarios. La resiliencia estratégica
- 2.6. Elecciones estratégicas
 - 2.6.1. Creación de un porfolio de iniciativas
 - 2.6.1.1. Crecimiento en negocios core
 - 2.6.1.2. Expansión internacional
 - 2.6.1.3. Nuevas fuentes de crecimiento
 - 2.6.1.4. Mejoras operativas
 - 2.6.2. Priorización de iniciativas
 - 2.6.2.1. Medir el impacto
 - 2.6.2.2. Entender las necesidades de recursos
 - 2.6.2.3. Matrices de priorización
 - 2.6.3. La elección de la estrategia
 - 2.6.3.1. La formulación estratégica *top-down*
 - 2.6.3.2. La comunicación
 - 2.6.3.3. La medición
- 2.7. Lanzamiento, implementación y revisión de una estrategia
 - 2.7.1. El lanzamiento de la estrategia
 - 2.7.1.1. Lanzamiento de un programa estratégico
 - 2.7.1.2. La estructura del plan estratégico y sus iniciativas
 - 2.7.1.3. Los responsables de las iniciativas
 - 2.7.1.4. Los objetivos de la estrategia y de las iniciativas
 - 2.7.2. La oficina de estrategia
 - 2.7.2.1. El equipo de una oficina de estrategia
 - 2.7.2.2. El seguimiento de la implementación de la estrategia, el modelo de gobierno
 - 2.7.2.3. Los elementos del éxito de una buena implementación estratégica
 - 2.7.3. La revisión estratégica
 - 2.7.3.1. Los entornos VUCA
 - 2.7.3.2. El proceso de revisión de una estrategia

- 2.8. La dirección y su rol en la estrategia
 - 2.8.1. La función de la alta dirección en la toma de decisiones estratégicas
 - 2.8.1.1. El rol del CEO
 - 2.8.1.2. El rol de la primera línea N-1
 - 2.8.1.3. El rol del *middle management*
 - 2.8.2. La organización
 - 2.8.2.1. Alineamiento estratégico de la organización
 - 2.8.3. La cultura y su importancia en la implementación de la estrategia
- 2.9. La expansión internacional
 - 2.9.1. Ventajas de las multinacionales
 - 2.9.1.1. Economías de escala
 - 2.9.1.2. Proyección internacional como base de diferenciación
 - 2.9.1.3. Gestión del riesgo global
 - 2.9.2. Expansión a otros mercados
 - 2.9.2.1. Expansión en el negocio core a otros mercados
 - 2.9.2.2. Formas de entrada en otros mercados
 - 2.9.2.3. Localización de actividades
 - 2.9.3. Organización y modelos de expansión
- 2.10. El crecimiento inorgánico como fuente de valor
 - 2.10.1. Estrategia corporativa vs estrategia competitiva
 - 2.10.1.1. Principales fuentes de valor de una estrategia corporativa
 - 2.10.1.2. Crecimiento inorgánico vs crecimiento orgánico
 - 2.10.2. Crecimiento inorgánico vs crecimiento orgánico
 - 2.10.2.1. Las sinergias como fuente de valor para una estrategia corporativa vs la gestión de portfolio
 - 2.10.3. Valoración del éxito o fracaso en los modelos de crecimiento



Módulo 3. Corporate Finance y M&A

- 3.1. *Corporate finance*
 - 3.1.1. Análisis Financiero. NOF, WC, Ratios operativos, financieros y de rentabilidad
 - 3.1.2. Crecimiento sostenible o sin financiación extra
 - 3.1.3. Análisis de Dupont o del ROE
- 3.2. El valor del dinero en el tiempo
 - 3.2.1. Valor del dinero en el tiempo
 - 3.2.2. Tipos de *cash flows*
 - 3.2.3. Tasas de descuento y rentabilidad
 - 3.2.4. Descuento de flujos de caja
- 3.3. Valoración de empresas y proyectos de inversión
 - 3.3.1. La valoración de empresas
 - 3.3.2. Herramientas de análisis y valoración de proyectos de inversión: VAN, TiR y Payback
 - 3.3.3. Métodos de valoración patrimoniales
 - 3.3.4. Valoración mediante multiplicadores
 - 3.3.5. Valoración por DCF
 - 3.3.6. Aspectos avanzados y singularidades en la valoración
- 3.4. Decisiones sobre financiación
 - 3.4.1. Coste y efectos de la Deuda
 - 3.4.2. Cuánta deuda pedir
 - 3.4.3. Tipo de deuda
 - 3.4.4. Instrumentos de financiación bancaria
- 3.5. Alternativas a la financiación bancaria
 - 3.5.1. La importancia de la diversificación
 - 3.5.2. El MARF
 - 3.5.3. *Direct Lending*
 - 3.5.4. Financiación participativa
 - 3.5.5. Salida a Bolsa y BME Growth
- 3.6. Refinanciaciones de deuda
 - 3.6.1. Proceso de refinanciación
 - 3.6.2. IBR
 - 3.6.3. Acuerdo de refinanciación
 - 3.6.4. Homologación judicial

- 3.7. Mercados de capitales
 - 3.7.1. Mercados de renta variable
 - 3.7.2. Mercado de préstamos sindicados
 - 3.7.3. Mercados de bonos
 - 3.7.4. Mercados de híbridos de capital
 - 3.7.5. Mercados de divisas
 - 3.7.6. Productos derivados
 - 3.7.7. *Project Finance*
- 3.8. Fusiones y adquisiciones (M&A)
 - 3.8.1. Principales motivos de las fusiones y adquisiciones
 - 3.8.2. Cómo es un proceso de M&A
 - 3.8.3. Estructuras de financiación en los procesos de M&A
- 3.9. *Due diligence* financiera
 - 3.9.1. Fundamentos de una DD Financiera
 - 3.9.2. Revisión de P&L
 - 3.9.3. Revisión de Balance
 - 3.9.4. Revisión de *cash flows*
 - 3.9.5. Aspectos relevantes en el proceso
- 3.10. *Private equity* y venture capital
 - 3.10.1. Tipologías de inversión de un PE
 - 3.10.2. Instrumentación y financiación de operaciones de PE
 - 3.10.3. Mecanismos de retribución al equipo directivo y estructuración del *equity*

Módulo 4. Operaciones, Procesos y Eficiencia

- 4.1. Las operaciones
 - 4.1.1. Estrategia vs operaciones
 - 4.1.2. Los actores de las operaciones
- 4.2. La estructura de las operaciones
 - 4.2.1. Secuencia de actividades
 - 4.2.2. Cadena de diseño
 - 4.2.3. Cadena de valor
 - 4.2.4. Cadena del servicio

- 4.3. Las Variables de la operación
 - 4.3.1. Variables de la operación
 - 4.3.2. Análisis de procesos
 - 4.3.3. Análisis de los flujos
- 4.4. Otras consideraciones sobre las variables de operación
 - 4.4.1. Recursos Humanos
 - 4.4.2. Análisis de sistemas de información
 - 4.4.3. Resolución de conflictos
- 4.5. Procesos de la empresa
 - 4.5.1. Visión global de procesos
 - 4.5.2. *Frontoffice*
 - 4.5.3. *Backoffice*
- 4.6. El proceso operativo por excelencia: La cadena de suministro
 - 4.6.1. La cadena de suministro
 - 4.6.2. Retos en la cadena de suministro
 - 4.6.3. Soluciones desde las operaciones
- 4.7. La eficiencia en los procesos
 - 4.7.1. Procesos críticos
 - 4.7.2. Identificación de áreas de mejora
 - 4.7.3. Indicadores de medición de eficiencia
- 4.8. La optimización, digitalización y transformación de los procesos
 - 4.8.1. *Business Process Management* (BPM)
 - 4.8.2. Minería de Procesos (*Process Mining*)
 - 4.8.3. Minería de Tareas (*Task Mining*)
 - 4.8.4. Robotización de procesos (RPA)
- 4.9. Estrategias de externalización y centralización de procesos
 - 4.9.1. BPO vs CSC en los procesos
 - 4.9.2. Conceptualización de un CSC
 - 4.9.3. Aspectos críticos de un CSC
- 4.10. La mejora continua en las operaciones
 - 4.10.1. El área de calidad y procesos en la organización
 - 4.10.2. Conseguir la mejora continua
 - 4.10.3. Transformación digital asociada a la mejora continua

Módulo 5. Marketing y Ventas en la Consultoría

- 5.1. La función de marketing y ventas en la Consultoría
 - 5.1.1. Marketing y posicionamiento
 - 5.1.2. Relación entre marketing y ventas
 - 5.1.3. La venta en la Consultoría
- 5.2. Convertir una idea en una propuesta para el mercado
 - 5.2.1. El proceso
 - 5.2.2. La oferta
 - 5.2.3. Validación y viabilidad
 - 5.2.4. Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM
 - 5.2.5. El cliente *target*
 - 5.2.6. Caso de mercado
- 5.3. Estructurando el proceso de venta
 - 5.3.1. La estructura general en el proceso de venta
 - 5.3.2. El *funnel* de ventas
 - 5.3.3. Fases e hitos de cada parte del proceso
- 5.4. El proceso de originación
 - 5.4.1. Fuentes de originación
 - 5.4.2. La oportunidad
 - 5.4.3. Siguiendo pasos
- 5.5. Cualificando las oportunidades
 - 5.5.1. El negocio de tu cliente
 - 5.5.2. Cualificación de oportunidades: proceso y criterios
 - 5.5.3. La importancia de generar valor
- 5.6. Interacción con los diferentes *stakeholders*
 - 5.6.1. El comprador y el resto de los intervinientes
 - 5.6.2. Interacción con ellos: estrategias
 - 5.6.3. Perfiles de interacción humanos: la importancia de ajustar el mensaje a la audiencia
- 5.7. Componentes clave de una propuesta
 - 5.7.1. Estructura y contenido mínimo
 - 5.7.2. Resumen ejecutivo
 - 5.7.3. Gestión de alcances y riesgos

- 5.8. La importancia de la generación de valor en una propuesta al mercado
 - 5.8.1. Cómo hablar del valor
 - 5.8.2. Diferencia entre valor y precio
 - 5.8.3. Distintos modelos de precios: implicaciones y riesgos
- 5.9. Proceso de negociación y cierre
 - 5.9.1. Pasos habituales en una negociación
 - 5.9.2. La importancia de generar alternativas
 - 5.9.3. Gestión de riesgos y contractual
- 5.10. Liderazgo de un proceso de venta
 - 5.10.1. Duración y gestión del proceso de venta
 - 5.10.2. Tecnología en el proceso de venta
 - 5.10.3. Seguimiento del proceso
 - 5.10.4. La importancia del *feedback*

Módulo 6. Organización, Personas y Cultura Organizativa

- 6.1. Las organizaciones, tipología y aspectos clave
 - 6.1.1. Taxonomía de organizaciones según tamaño/escala y funciones Gran Corporación Vs. Mediana empresa
 - 6.1.2. Caso particular: *Startup*
- 6.2. La función de Recursos Humanos
 - 6.2.1. Enclave en la organización
 - 6.2.2. Principales condicionantes de la función de RRHH
 - 6.2.2.1. Legales
 - 6.2.2.2. Organizativos
 - 6.2.2.3. Talento
 - 6.2.3. Principales atribuciones
- 6.3. Departamentos internos
 - 6.3.1. Gestión del talento
 - 6.3.2. Gestión del rendimiento
 - 6.3.3. Formación y Desarrollo
 - 6.3.4. Cultura Corporativa

- 6.4. Dimensionamiento de departamentos
 - 6.4.1. Cadena de Valor
 - 6.4.2. Gap análisis personas – puestos
 - 6.4.3. Volumen de trabajo y dimensionamiento
 - 6.4.4. Palancas de eficiencia
 - 6.4.4.1. Redefinición del catálogo de servicios
 - 6.4.4.2. Consolidación
 - 6.4.4.3. Automatización
 - 6.4.4.4. *Outsourcing*
- 6.5. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 6.5.1. La productividad
 - 6.5.2. Palancas para productividad
 - 6.5.3. Palancas de atracción, retención y atracción de talento
- 6.6. Compensación monetaria vs no monetaria
 - 6.6.1. Modelos de bandas salariales
 - 6.6.2. Modelos de compensación no monetaria
 - 6.6.2.1. Modelo de Trabajo
 - 6.6.2.2. Comunidad corporativa
 - 6.6.2.3. Imagen de la empresa
 - 6.6.3. Compensación monetaria vs no monetaria
- 6.7. Cultura corporativa
 - 6.7.1. Alineamiento de cultura y objetivos estratégicos
 - 6.7.2. Estructura de un proyecto tipo
 - 6.7.3. La cultura corporativa y su implementación
- 6.8. Gestión del cambio
 - 6.8.1. Componentes de análisis en la gestión del cambio
 - 6.8.2. Importancia de la gestión del cambio en proyectos complejos
 - 6.8.3. Estructura de un proyecto tipo
- 6.9. Transformación en entornos corporativos complejos
 - 6.9.1. La Transformación
 - 6.9.2. Estructura de un proyecto tipo
 - 6.9.3. Facilitadores de la transformación

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

Módulo 7. Función Financiera

- 7.1. La Función financiera
 - 7.1.1. Las funciones habituales y el rol del Director Financiero
 - 7.1.2. Estructura organizativa de la función financiera
 - 7.1.3. Retos y tendencias de la función financiera
 - 7.1.3.1. Retrospectiva de la función financiera
 - 7.1.3.2. Hacia una función financiera más ágil
 - 7.1.3.3. Facilitadores clave
- 7.2. Finanzas operativas
 - 7.2.1. Finanzas Vs. Contabilidad
 - 7.2.2. Contabilidad financiera
 - 7.2.2.1. Masas patrimoniales
 - 7.2.2.2. Balance
 - 7.2.2.3. Cuenta de resultados
 - 7.2.2.4. Cash Flow
 - 7.2.2.5. Ratios operativos: ROE, ROA
 - 7.2.2.6. Necesidades operativas de fondos
 - 7.2.2.7. Fondo de maniobra
 - 7.2.3. Claves en el análisis del balance
 - 7.2.4. Claves de análisis de cuenta de resultados
- 7.3. Contabilidad analítica
 - 7.3.1. Taxonomía de costes
 - 7.3.2. Tipos de imputación de costes
 - 7.3.2.1. Coste estándar
 - 7.3.2.2. Modelos analíticos
 - 7.3.3. Tipos de modelos analíticos
 - 7.3.3.1. *Direct costing*
 - 7.3.3.2. *Full costing*
 - 7.3.3.3. *Activity Based Costing*

- 7.4. Tesorería y riesgos financieros
 - 7.4.1. La función de tesorería
 - 7.4.2. Modelo organizativo y de gobierno de la función de tesorería
 - 7.4.3. Funciones
 - 7.4.3.1. *Working Capital Management*
 - 7.4.3.2. *Cash Flow management*
 - 7.4.3.3. *Liquidity Management*
 - 7.4.4. Tendencias
 - 7.4.5. Sistemas y aplicaciones relacionados con la función de tesorería
 - 7.4.6. Informes de tesorería
 - 7.4.6.1. Estructura de los informes de tesorería
 - 7.4.6.2. Clasificación de los distintos tipos de cobros y pagos
 - 7.4.6.3. El presupuesto de cobros y pagos
 - 7.4.6.4. Optimización de los superávits de tesorería
 - 7.4.6.5. Conclusiones prácticas de gestión de la empresa
- 7.5. *Corporate Performance Management (CPM)*
 - 7.5.1. Planificación estratégica financiera
 - 7.5.1.1. Proceso
 - 7.5.1.2. Buenas prácticas
 - 7.5.1.3. Modelos (estructura, circulante, deuda/capital, fiscal, otros)
 - 7.5.2. Presupuesto
 - 7.5.2.1. Dimensiones del presupuesto
 - 7.5.2.2. Técnicas presupuestarias
 - 7.5.2.3. Problemas habituales
 - 7.5.3. Consolidación
 - 7.5.3.1. Taxonomía societaria en consolidación Sociedad matriz
 - 7.5.3.2. Soc. Dependiente
 - 7.5.3.4. Soc. Multigrupo
 - 7.5.3.5. Soc. Asociada
 - 7.5.3.6. Métodos de consolidación
 - 7.5.3.6.1. Global
 - 7.5.3.6.2. Proporcional
 - 7.5.3.6.3. Puesta en equivalencia
- 7.5.3.7. Etapas del proceso
 - 7.5.3.7.1. Homogeneizar
 - 7.5.3.7.2. Agregar
 - 7.5.3.7.3. Ajustar
 - 7.5.3.7.4. Informes
- 7.5.4. Problemas habituales
- 7.6. *Reporting* financiero
 - 7.6.1. El Dato
 - 7.6.2. Fuentes de información
 - 7.6.3. Tipología de soluciones de *reporting*
 - 7.6.4. Metodologías de implementación
 - 7.6.5. Beneficios esperados
- 7.7. Adaptación de la función financiera a la nueva era digital
 - 7.7.1. Tendencias
 - 7.7.1.1. Gestión del talento y diseño organizativo
 - 7.7.1.2. Procesos digitales / Automatización
 - 7.7.1.3. Sistemas ERP de nueva generación
 - 7.7.1.4. *Cloud* y SaaS
 - 7.7.1.5. Internet de las Cosas
 - 7.7.1.6. *Blockchain*
 - 7.7.1.7. *Big Data & analytics*
 - 7.7.2. Retos de la dirección financiera
 - 7.7.3. Soluciones
 - 7.7.3.1. Estrategia, integración, transformación de la función
 - 7.7.3.2. Eficiencia y automatización (RPA / Inteligencia artificial)
 - 7.7.3.3. *Performance Improvement*
 - 7.7.3.4. Gestión de tesorería
 - 7.7.3.5. Gobierno y control interno

- 7.8. Modelos organizativos y operativos de la función financiera
 - 7.8.1. Modelos de organización de la función financiera
 - 7.8.2. Centralización vs. Descentralización
 - 7.8.3. Centralización: introducción a diferentes modelos
 - 7.8.3.1. *Shared Services Center* (SSC)
 - 7.8.3.2. *Multi - Function Shared Services* (MFSS)
 - 7.8.3.4. *Global Business Services* (GBS)
 - 7.8.3.5. *Integrated business services* (IBS)
 - 7.8.3.6. *Business Process Outsourcing* (BPO)
- 7.9. Gobierno y control interno
 - 7.9.1. La función del control interno
 - 7.9.2. Control interno sobre la información financiera
 - 7.9.3. Marco de referencia
 - 7.9.4. Sistema de control interno sobre la información financiera
 - 7.9.5. La labor de supervisión y la función del Comité de Auditoría
- 7.10. Consultoría de la función financiera
 - 7.10.1. Consultoría para la función financiera en función del área de actuación
 - 7.10.2. Tipología de proyectos
 - 7.10.3. Organización de proyectos de Consultoría financiera

Módulo 8. Innovación

- 8.1. La Innovación
 - 8.1.1. La innovación
 - 8.1.1.1. Innovación y errores de concepto
 - 8.1.1.2. Premisas básicas de la innovación
 - 8.1.1.3. Redefinición de la innovación
 - 8.1.2. Errores comunes
 - 8.1.2.1. Caer en la trampa de la consistencia y el compromiso
 - 8.1.2.2. Confundir problemas técnicos con problemas de innovación
 - 8.1.2.3. Desarrollar soluciones tácticas para problemas estratégicos y viceversa
- 8.2. Pensamiento y cultura Innovadora
 - 8.2.1. El talento necesario para innovar
 - 8.2.1.1. El mito del experto
 - 8.2.1.2. En la variedad está el éxito
 - 8.2.1.3. El talento de las empresas innovadoras
 - 8.2.1.4. Perfil ideal del director de innovación de una empresa
 - 8.2.2. La Cultura colaborativa:
 - 8.2.2.1. Sin colaboración no existe la innovación
 - 8.2.2.2. Hacia una cultura de colaboración
 - 8.2.2.3. Valores
 - 8.2.3. Modelos para sembrar una cultura de innovación
- 8.3. Las habilidades blandas como motor de la Innovación
 - 8.3.1. La revolución de las habilidades blandas:
 - 8.3.1.1. La revolución 4.0
 - 8.3.1.2. La revolución blanda
 - 8.3.1.3. Las habilidades blandas
 - 8.3.1.4. Habilidades blandas vs habilidades duras
 - 8.3.2. Las habilidades blandas:
 - 8.3.2.1. Las habilidades blandas necesarias para la innovación
 - 8.3.2.2. Desarrollo de habilidades blandas para innovar en ti
 - 8.3.2.3. Desarrollo de habilidades blandas para innovar en los negocios
- 8.4. Ecosistemas de innovación
 - 8.4.1. El ecosistema de innovación
 - 8.4.1.1. La triple y cuádruple hélice
 - 8.4.1.2. Protagonistas de los ecosistemas de innovación
 - 8.4.1.3. Construcción de un ecosistema de innovación para un negocio.
 - 8.4.2. Innovación abierta:
 - 8.4.2.1. Beneficios y debilidades de los distintos modelos
 - 8.4.2.2. Cuando y cuanto conviene abrir la innovación
 - 8.4.2.3. Ejemplos
 - 8.4.3. Principales Herramientas de Innovación colaborativa
 - 8.4.3.1. Herramientas análogas
 - 8.4.3.2. Herramientas digitales
 - 8.4.3.3. Proceso de elección para el negocio

- 8.5. Sistema de Innovación empresarial
 - 8.5.1. Sistemas de innovación:
 - 8.5.1.1. La importancia del tamaño
 - 8.5.1.2. El sistema de innovación, un traje a medida para nuestra organización
 - 8.5.1.3. Tipos de sistemas de innovación
 - 8.5.2. El ciclo de innovación
 - 8.5.2.1. El método científico
 - 8.5.2.2. Fases del ciclo de innovación
 - 8.5.2.3. Gestión del fracaso
 - 8.5.3. Elementos fundamentales de un sistema:
 - 8.5.3.1. Gestión del conocimiento
 - 8.5.3.2. Medir la innovación
 - 8.5.3.3. Financiar la innovación
- 8.6. Identificación de problemas y oportunidades de Innovación
 - 8.6.1. Identificación de problemas:
 - 8.6.1.1. Problemas operativos y estratégicos
 - 8.6.1.2. Clasificación de problemas
 - 8.6.1.3. Cómo elaborar un mapa de problemas
 - 8.6.2. Priorización de Problemas:
 - 8.6.2.1. Descartando problemas técnicos
 - 8.6.2.2. La matriz de priorización
 - 8.6.2.3. Ejercicios grupales
 - 8.6.3. Disección de problemas y definición de retos:
 - 8.6.3.1. Problemas vs Retos
 - 8.6.3.2. Disección de problemas
 - 8.6.3.3. Definición de retos
 - 8.6.3.4. Dimensionamiento de retos (potencial retorno)
- 8.7. Desarrollo de soluciones innovadoras
 - 8.7.1. Diseño de soluciones innovadoras
 - 8.7.1.1. Técnicas de creatividad
 - 8.7.1.2. *Building blocks* para innovar
 - 8.7.1.3. Entrenamiento en creatividad
 - 8.7.2. Identificación de riesgos
 - 8.7.2.1. Riesgos de generación
 - 8.7.2.2. Riesgos de mercado
 - 8.7.2.3. Riesgos financieros
 - 8.7.2.4. Matriz de priorización de soluciones hipotéticas
 - 8.7.3. Experimentación y Validación iterativa
 - 8.7.3.1. Razonamiento para experimentar y no encuestar
 - 8.7.3.2. Diseño de pruebas y experimentos según tipo de riesgo
 - 8.7.3.3. Medición de resultados, análisis, conclusiones e iteración
- 8.8. Estrategias de Innovación en el Sector Público
 - 8.8.1. Estrategias y tácticas Públicas de Innovación
 - 8.8.1.1. Políticas Públicas de Fomento de la Innovación
 - 8.8.1.2. Acciones públicas para el impulso de la Innovación
 - 8.8.1.3. Beneficios tributarios o financieros
 - 8.8.2. Sistemas y planes de Innovación regionales
 - 8.8.2.1. Diagnóstico regional de innovación
 - 8.8.2.2. Foco de un sistema o plan de innovación regional
 - 8.8.2.3. Diseño de sistemas y planes de innovación regionales
 - 8.8.3. Entidades públicas de fomento a la innovación
 - 8.8.3.1. Otros
 - 8.8.3.2. Centros de investigación públicos
 - 8.8.3.3. Parques de innovación públicos
 - 8.8.3.4. Empresas públicas innovadoras
- 8.9. Desarrollos Urbanos Sostenibles Innovadores e Inteligentes (*Smart Cities*)
 - 8.9.1. Fomento de la Innovación en el desarrollo sostenible e inteligente
 - 8.9.1.1. La innovación como motor del desarrollo sostenible
 - 8.9.1.2. Estrategias nacionales de desarrollo sostenible
 - 8.9.1.3. Impactos buscados
 - 8.9.2. La Innovación de las Ciudades Inteligentes
 - 8.9.2.1. *Smart Cities*
 - 8.9.2.2. La innovación en el desarrollo de las ciudades
 - 8.9.2.3. Fomento del ecosistema innovador de las ciudades
 - 8.9.2.4. La cooperación Público Privada

- 8.9.3. La Innovación en las Regiones Inteligentes
 - 8.9.3.1. La innovación en el desarrollo de las regiones
 - 8.9.3.2. Fomento del ecosistema innovador de las regiones
 - 8.9.3.3. El impacto de las regiones inteligentes
- 8.10. Financiación Pública de la Innovación
 - 8.10.1. Financiar la Innovación
 - 8.10.1.1. Razones para la financiación
 - 8.10.1.2. Objetivos de la financiación de la innovación
 - 8.10.1.3. Beneficios de financiar la innovación
 - 8.10.2. Financiación Pública de la Innovación
 - 8.10.2.1. La financiación Pública
 - 8.10.2.2. Fuentes de financiación Europea
 - 8.10.2.3. Impacto de proyectos financiados con financiación Pública

Módulo 9. Tecnología y Digitalización

- 9.1. El nuevo rol de la tecnología en la empresa
 - 9.1.1. La digitalización
 - 9.1.2. Alcance de la digitalización en el negocio
 - 9.1.3. Responsabilidad en el negocio
- 9.2. Grandes tendencias tecnológicas y su aplicación en la empresa
 - 9.2.1. Innovando en la era Digital
 - 9.2.2. De las ideas al valor
 - 9.2.3. Cuatro tecnologías a tener en cuenta (Cloud, IA, 5G y Blockchain)
- 9.3. El secreto está en los datos
 - 9.3.1. *Data Driven Companies*
 - 9.3.2. El valor de los datos
 - 9.3.3. La nube lo cambia todo
 - 9.3.4. *Data Science*
- 9.4. La venta de tecnología y digitalización en la empresa
 - 9.4.1. Plataformas de valor en la organización
 - 9.4.2. La importancia del entorno de digitalización
 - 9.4.3. Metodología de transformación digital
 - 9.4.3.1. La estrella polar
 - 9.4.3.2. Empieza pequeño y escala rápido

- 9.4.3.3. La priorización y el *roadmap*
- 9.4.3.4. Business Case: Sin impacto y retorno no hay nada.
- 9.4.3.5. Modos de ejecución: el concepto de "Torre de Control" como garante del éxito
- 9.5. Un nuevo modelo operativo
 - 9.5.1. La organización digital
 - 9.5.2. *Open Innovation, lean start up, Design Thinking y Agile*
 - 9.5.3. El nuevo proceso de creación de productos y servicios digitales en la organización (del "Discovery" al "value hacking")
 - 9.5.4. El MVP y el proceso iterativo de desarrollo
 - 9.5.4.1. El departamento de IT: Funciones de IT
 - 9.5.4.2. Organización y Gobierno
 - 9.5.4.3. Los famosos proveedores
- 9.6. Implantación de sistemas de información
 - 9.6.1. Objetivo: el impacto
 - 9.6.2. Mapa de *stakeholders*
 - 9.6.3. Tecnologías y productos más adecuados
- 9.7. Formas de ejecución y organización en la implementación
 - 9.7.1. El proceso de implantación
 - 9.7.2. Organización en la implementación
 - 9.7.3. Coste y aspectos clave a tener en cuenta
- 9.8. Las personas y la gestión del cambio
 - 9.8.1. El cambio cultural
 - 9.8.2. El proyecto de gestión del cambio
 - 9.8.3. La comunicación como parte esencial en la gestión del cambio eficaz
- 9.9. Desarrollo de nuevos modelos de negocio basados en Tecnología
 - 9.9.1. Framework de desarrollo de nuevos modelos de negocio
 - 9.9.2. Estrategias de aproximación
 - 9.9.3. Vehículos de inversión. *Corporate Venture Capital*
- 9.10. Ayudas a la empresa para el desarrollo de proyectos IT
 - 9.10.1. Marco Plurianual de ayudas de la CE
 - 9.10.2. *EU Next Generation Funds*
 - 9.10.3. Otras ayudas en España

Módulo 10. Gestión Integral de Proyectos

- 10.1. El proyecto y su relación con la dirección
 - 10.1.1. El proyecto y la dirección de proyectos
 - 10.1.1.1. El proyecto
 - 10.1.1.2. La gestión
 - 10.1.1.3. El ciclo de vida
 - 10.1.1.4. Roles en la gestión de un proyecto
 - 10.1.1.5. Beneficios de la gestión de un proyecto
 - 10.1.2. Tipología de proyectos
 - 10.1.2.1. Procesos
 - 10.1.2.2. Integración y tecnología
 - 10.1.2.3. Estrategia
 - 10.1.3. La organización de los proyectos
- 10.2. Consideraciones relevantes en la gestión de proyectos
 - 10.2.1. PMBOK
 - 10.2.1.1. Aspectos relevantes
 - 10.2.1.2. Principales beneficios
 - 10.2.2. *Value Realization Office*
 - 10.2.2.1. Aspectos relevantes
 - 10.2.2.2. Principales beneficios
 - 10.2.3. *Waterfall*
 - 10.2.3.1. Aspectos relevantes
 - 10.2.3.2. Principales proyectos a los que está destinada esta metodología
 - 10.2.3.3. Principales beneficios
 - 10.2.4. AGILE
 - 10.2.4.1. Aspectos relevantes
 - 10.2.4.2. Principales proyectos a los que está destinada esta metodología
 - 10.2.4.3. Principales beneficios
- 10.3. La Gestión del alcance y de expectativas
 - 10.3.1. Plan de gestión del alcance
 - 10.3.1.1. El alcance
 - 10.3.1.2. Características principales
 - 10.3.1.3. Verificar el alcance
 - 10.3.2. La gestión de expectativas
 - 10.3.2.1. Identificar las expectativas del cliente
 - 10.3.2.2. Matriz alcance vs. expectativas
 - 10.3.2.3. Verificar y cerrar el alcance final
 - 10.3.3. Riesgos y beneficios
- 10.4. La planificación del proyecto
 - 10.4.1. La planificación de un proyecto
 - 10.4.1.1. Planificación de objetivos, actividades e hitos principales
 - 10.4.1.2. Planificación de entregables principales
 - 10.4.1.3. Herramientas de planificación (*Dashboard*)
 - 10.4.2. La planificación del equipo
 - 10.4.2.1. Técnicas y herramientas de estimación de recursos (*top - down, bottom up, estimación delphi, estimación paramétrica, etc.*)
 - 10.4.2.2. Estimación de los recursos: roles, responsabilidades y costes
 - 10.4.2.3. Plan de continuidad del servicio
 - 10.4.3. La planificación del tiempo
 - 10.4.3.1. Secuenciación de las actividades
 - 10.4.3.2. Desarrollo del cronograma de trabajo
 - 10.4.3.3. Control del cronograma de trabajo
- 10.5. La Gestión del equipo (RR.HH)
 - 10.5.1. Plan de equipo
 - 10.5.1.1. Plan de Personas
 - 10.5.1.2. Selección del equipo de proyecto
 - 10.5.1.3. Sistemas de evaluación al desempeño
 - 10.5.2. Desarrollar el equipo de proyecto
 - 10.5.2.1. Adquisición del equipo
 - 10.5.2.2. Asignación del equipo al proyecto
 - 10.5.3. Dirección del equipo de proyecto
 - 10.5.3.1. Necesidades de coordinar y dirigir al equipo de manera efectiva
 - 10.5.3.2. Herramientas de gestión del trabajo de los equipos de manera colaborativa
 - 10.5.3.4. Gestión de conflictos
 - 10.5.3.5. Plan de continuidad del servicio
 - 10.5.3.6. *Feedback* y evaluación del rendimiento del equipo

- 10.6. La Gestión de los costes
 - 10.6.1. Estimación de los costes
 - 10.6.1.1. Plan de gestión de los costes
 - 10.6.1.2. Estimación de los costes del proyecto
 - 10.6.1.3. Técnicas y herramientas de gestión de los costes
 - 10.6.2. El presupuesto
 - 10.6.2.1. Determinación del presupuesto
 - 10.6.2.2. Metodologías de selección de presupuestos
 - 10.6.2.3. Técnicas y herramientas para definición del presupuesto
 - 10.6.3. Control de los costes
 - 10.6.3.1. Objetivos del control de los costes
 - 10.6.3.2. Medición del progreso de los costes del proyecto
 - 10.6.3.3. Técnicas y herramientas de control de costes
- 10.7. Gestión de las comunicaciones
 - 10.7.1. Identificación de los agentes de interés (*stakeholders*)
 - 10.7.1.1. Identificación de agentes internos y externos
 - 10.7.1.2. Identificación de expectativas de los agentes de interés
 - 10.7.1.3. Técnicas y herramientas de identificación y categorización de los interesados
 - 10.7.2. El plan de Comunicación
 - 10.7.2.1. Identificación de mensajes principales para cada tipología de agente
 - 10.7.2.2. Identificación y definición de los principales canales de comunicación
 - 10.7.2.3. Análisis de requisitos de comunicación
 - 10.7.2.4. Tipología de comunicaciones: verbal-escrita / formal-informal
 - 10.7.2.5. Técnicas y herramientas de comunicación
 - 10.7.3. Control de las acciones de comunicación
 - 10.7.3.1. Planificación de acciones (cronograma, recursos, plazos, resultados esperados, etc.)
 - 10.7.3.2. Herramientas de control de las acciones de comunicación
 - 10.7.3.3. Medición de los resultados de las acciones de comunicación
- 10.8. La Gestión de la Calidad
 - 10.8.1. Análisis y control de calidad (Quality Analysis - Q.A)
 - 10.8.1.1. Gestión de la calidad
 - 10.8.1.2. Los alcances esperados
 - 10.8.1.3. Los indicadores (estándares) de medición de la calidad
 - 10.8.2. Acciones de aseguramiento de la calidad
 - 10.8.2.1. Planificación de las actividades de revisión: informes mensuales, anuales, etc.
 - 10.8.2.2. Auditorías de calidad
 - 10.8.2.3. La mejora continua
 - 10.8.3. Control de la calidad del proyecto.
 - 10.8.3.1. Herramientas de *feedback* de la calidad de los entregables
 - 10.8.3.2. Gestión de las conformidades y no conformidades de los entregables
 - 10.8.3.3. El *Peer Review* y sus principales beneficios
 - 10.8.3.4. Medición de la calidad de los entregables
- 10.9. La gestión de riesgos
 - 10.9.1. La planificación de los riesgos
 - 10.9.1.1. Planificación de la gestión de riesgos
 - 10.9.1.2. Identificación de riesgos
 - 10.9.1.3. Herramientas de categorización de los riesgos
 - 10.9.2. El seguimiento del plan de contingencia
 - 10.9.2.1. Análisis cuantitativos y cualitativos de riesgos
 - 10.9.2.2. Evaluación de la probabilidad e impactos
 - 10.9.2.3. Herramientas de monitorización
 - 10.9.3. Monitorización y control de los riesgos
 - 10.9.3.1. Registro de riesgos: propietarios, acciones, síntomas, niveles de riesgos
 - 10.9.3.2. Planificación de las acciones de mitigación
 - 10.9.3.3. Auditoría y seguimiento de los riesgos
 - 10.9.3.4. Seguimiento de los resultados de los planes de acción implementados
 - 10.9.3.5. Reevaluación del riesgo

10.10. Cierre del proyecto y la Gestión del Cambio

10.10.1. La Gestión del cambio

10.10.1.1. La transferencia del conocimiento

10.10.1.2. Fases de la transferencia del conocimiento

10.10.1.3. La planificación de la transferencia de conocimiento: formación, materiales, etc.

10.10.2. El cierre del proyecto

10.10.2.1. Recopilación de la información

10.10.2.2. El análisis final y principales conclusiones

10.10.2.3. La Reunión de cierre

10.10.2.4. El análisis de los siguientes pasos

10.10.3. El impacto del proyecto

10.10.3.1. La importancia de la medición de los impactos obtenidos

10.10.3.2. El Impacto dentro de la organización

10.10.3.3. La gestión del impacto sobre el cliente



Obtendrás un enfoque integral para la evaluación de la salud financiera de las empresas, asesorando en la optimización de recursos y la planificación financiera a largo plazo”



04

Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH está diseñado para proporcionar a los profesionales las herramientas esenciales en Consultoría de Negocios, adaptándose a las tendencias y transformaciones del sector. A través de su plan de estudios, el alumnado identificará los servicios clave en Consultoría, analizará sectores industriales, evaluará fuentes de competencia y comprenderá modelos organizativos. Adicionalmente, se abordará la planificación estratégica, el análisis financiero y la optimización de procesos mediante digitalización y automatización. De este modo, los profesionales destacarán en el sector, gracias a las competencias y conocimientos adquiridos.



“

*Liderarás proyectos estratégicos
y transformarás empresas con
una visión global e innovadora”*



Objetivos generales

- ♦ Ahondar en la tipología de servicios que se prestan en Consultoría de Negocio en función de las tendencias
- ♦ Adquirir una visión completa sobre la realidad de empresas de Consultoría de Negocio
- ♦ Entender el proceso general de planificación estratégica y como el mismo aporta valor a las organizaciones
- ♦ Comprender los elementos de una estructura y metodología de análisis de un sector industrial, o para una empresa
- ♦ Dotar a los alumnos del conocimiento esencial sobre la importancia y efectos de la deuda
- ♦ Conocer las herramientas de valoración y los principales drivers de generación de valor en la empresa



*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para
impulsar tu desarrollo profesional”*





Objetivos específicos

Módulo 1. La Consultoría de Negocio y la Función del Consultor

- ♦ Analizar los diferentes tipos de empresas y servicios de consultoría, destacando su evolución, ventajas competitivas y adaptabilidad a entornos disruptivos
- ♦ Evaluar las modalidades de contratación y ejecución de proyectos de consultoría, entendiendo la integración de servicios y las fases críticas del proceso

Módulo 2. “Estrategia”

- ♦ Analizar el entorno competitivo utilizando herramientas estratégicas como las 5 fuerzas de Porter para identificar oportunidades y amenazas en el mercado
- ♦ Definir y ejecutar procesos estratégicos claros para la formulación, implementación y revisión de estrategias en un entorno dinámico

Módulo 3. Corporate Finance y M&A

- ♦ Aplicar métodos financieros clave como los ratios operativos, de rentabilidad y herramientas como el análisis Dupont para tomar decisiones informadas sobre la salud financiera de la empresa
- ♦ Implantar alternativas de financiación para optimizar el acceso a capital y la estructura financiera de la empresa

Módulo 4. Operaciones, Procesos y Eficiencia

- ♦ Definir la relación entre estrategia y operaciones, identificando cómo las decisiones estratégicas influyen en la estructura y ejecución de las operaciones de la empresa
- ♦ Evaluar y optimizar las variables operativas clave, como los procesos y flujos de trabajo, para mejorar la eficiencia y reducir costos en las operaciones de la empresa

Módulo 5. Marketing y Ventas en la Consultoría

- ♦ Identificar cómo el marketing y ventas interactúan en la consultoría para crear propuestas eficaces que resuenen con el cliente objetivo
- ♦ Optimizar la estructuración del proceso de venta, desde el origen hasta el cierre, asegurando que cada fase impulse el éxito comercial y maximice el valor ofrecido

Módulo 6. Organización, Personas y Cultura Organizativa

- ♦ Analizar cómo la tipología y tamaño de las organizaciones influyen la estructura y función de recursos humanos, destacando las diferencias entre grandes corporaciones y startups
- ♦ Investigar las estrategias clave en la gestión del talento y la cultura corporativa para alinear los objetivos estratégicos con el bienestar organizacional y la productividad

Módulo 7. Función Financiera

- ♦ Explorar los retos y tendencias de la función financiera, enfocándose en la transición hacia una función más ágil y los facilitadores clave de este cambio
- ♦ Analizar las implicaciones de la digitalización y automatización en la función financiera, destacando las soluciones innovadoras como RPA, ERP y Big Data

Módulo 8. Innovación

- ♦ Ahondar en los errores comunes en el proceso de innovación, como caer en la trampa de la consistencia y el compromiso, y cómo evitarlos para fomentar un enfoque más flexible y adaptable
- ♦ Examinar cómo la cultura colaborativa y el talento necesario pueden impulsar la innovación en las organizaciones





Módulo 9. Tecnología y Digitalización

- ♦ Adquirir conocimiento sobre las grandes tendencias tecnológicas como *Cloud*, *IA*, *5G* y *Blockchain*, y cómo estas pueden ser aplicadas en la empresa para mejorar la innovación y el valor
- ♦ Analizar la importancia de la gestión del cambio cultural en la implantación de tecnologías digitales, y cómo la comunicación efectiva juega un papel crucial en el éxito del proceso

Módulo 10. Gestión Integral de Proyectos

- ♦ Analizar la importancia de la gestión del alcance y las expectativas en un proyecto, incluyendo la creación de un plan de gestión del alcance y la validación del mismo
- ♦ Explorar las metodologías de gestión de proyectos como *Waterfall* y *Agile*, identificando sus principales beneficios y los tipos de proyectos a los que son más adecuadas



Usarás metodologías vanguardistas para la implementación de nuevas soluciones y modelos de negocio que generen valor en las organizaciones”

05

Salidas profesionales

Esta titulación universitaria representa una oportunidad única para profesionales que desean especializarse en Consultoría de Negocios y ampliar sus oportunidades laborales en el sector empresarial. A través de un enfoque práctico y actualizado, los egresados adquirirán conocimientos avanzados en planificación estratégica, gestión financiera, innovación y transformación digital. Gracias a estas competencias, podrán desempeñarse en puestos clave dentro de organizaciones de distintos sectores o emprender sus propios proyectos de Consultoría con una visión global y estratégica.



“

Aplicarás estrategias de Consultoría de Negocios avanzadas para transformar empresas e impulsar su competitividad a largo plazo”

Perfil del egresado

El egresado de este programa universitario será un profesional altamente capacitado para analizar y diseñar estrategias empresariales eficientes. De hecho, contará con una visión integral de la Consultoría de Negocios, dominando áreas como la planificación estratégica, la gestión del cambio, la optimización de procesos y la transformación digital. Asimismo, tendrá habilidades para liderar proyectos de innovación, asesorar empresas en decisiones financieras clave y desarrollar metodologías de análisis sectorial. Además, sus conocimientos en mercados de capitales, modelos organizativos y fusiones y adquisiciones le permitirán aportar soluciones efectivas a empresas que buscan mejorar su competitividad y sostenibilidad en el entorno actual.

Gestionarás de forma eficaz proyectos de Consultoría, desde la planificación hasta la ejecución.

- ♦ **Análisis Estratégico y Competitivo:** evaluar sectores empresariales mediante herramientas como las 5 fuerzas de Porter, identificando oportunidades y amenazas del mercado
- ♦ **Gestión Financiera Avanzada:** valorar empresas, refinanciación y estrategias de inversión para optimizar la rentabilidad y sostenibilidad de los negocios
- ♦ **Innovación y Transformación Digital:** implementar soluciones tecnológicas, digitalización de procesos y automatización en distintos sectores empresariales
- ♦ **Liderazgo y Gestión de Equipos:** dirigir equipos multidisciplinares en Consultoría de Negocios, asegurando la correcta ejecución de proyectos estratégicos





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

1. **Consultor en Estrategia Empresarial:** responsable de diseñar e implementar estrategias de crecimiento y expansión en empresas, asegurando su sostenibilidad en el mercado.
2. **Analista de Mercados y Competencia:** encargado de evaluar sectores industriales, clientes y competidores, identificando oportunidades para la optimización de negocios.
3. **Especialista en Gestión Financiera y M&A:** dedicado a la valoración de empresas, fusiones y adquisiciones, así como en la estructuración de estrategias financieras eficientes.
4. **Consultor en Transformación Digital:** asesor de empresas en procesos de digitalización, automatización y adopción de nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia operativa.
5. **Líder de Proyectos en Innovación Empresarial:** responsable de dirigir iniciativas de cambio y mejora en empresas, aplicando metodologías ágiles y disruptiva.
6. **Gerente de Desarrollo Corporativo:** encargado de estructurar modelos de negocio sostenibles, gestionando la implementación de estrategias de crecimiento empresarial.
7. **Especialista en Organización y Gestión de Empresas:** responsable de optimizar procesos internos, estructurar modelos organizativos eficientes y mejorar la cultura corporativa.
8. **Consultor en Expansión y Mercados Internacionales:** líder en estrategias de internacionalización, evaluando oportunidades de negocio en mercados globales.
9. **Experto en Gestión del Cambio Empresarial:** responsable de liderar la transformación organizativa, aplicando metodologías de cambio y gestión del talento.
10. **Supervisor de Proyectos de Innovación y Tecnología:** encargado de la planificación y ejecución de estrategias digitales en empresas para mejorar su competitividad.

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 intensivo 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

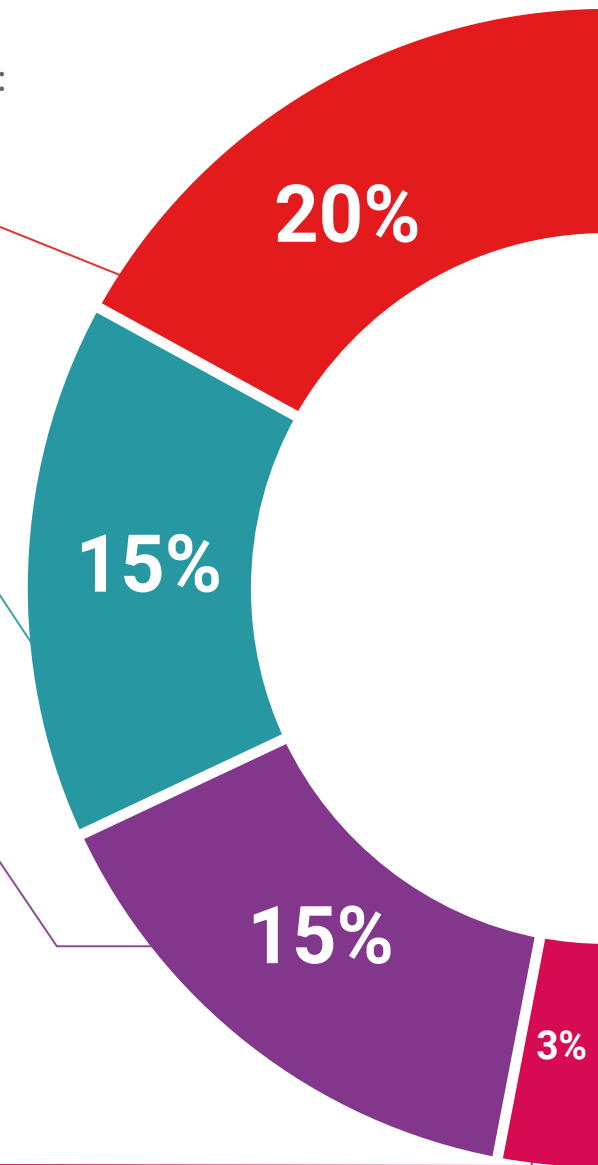
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

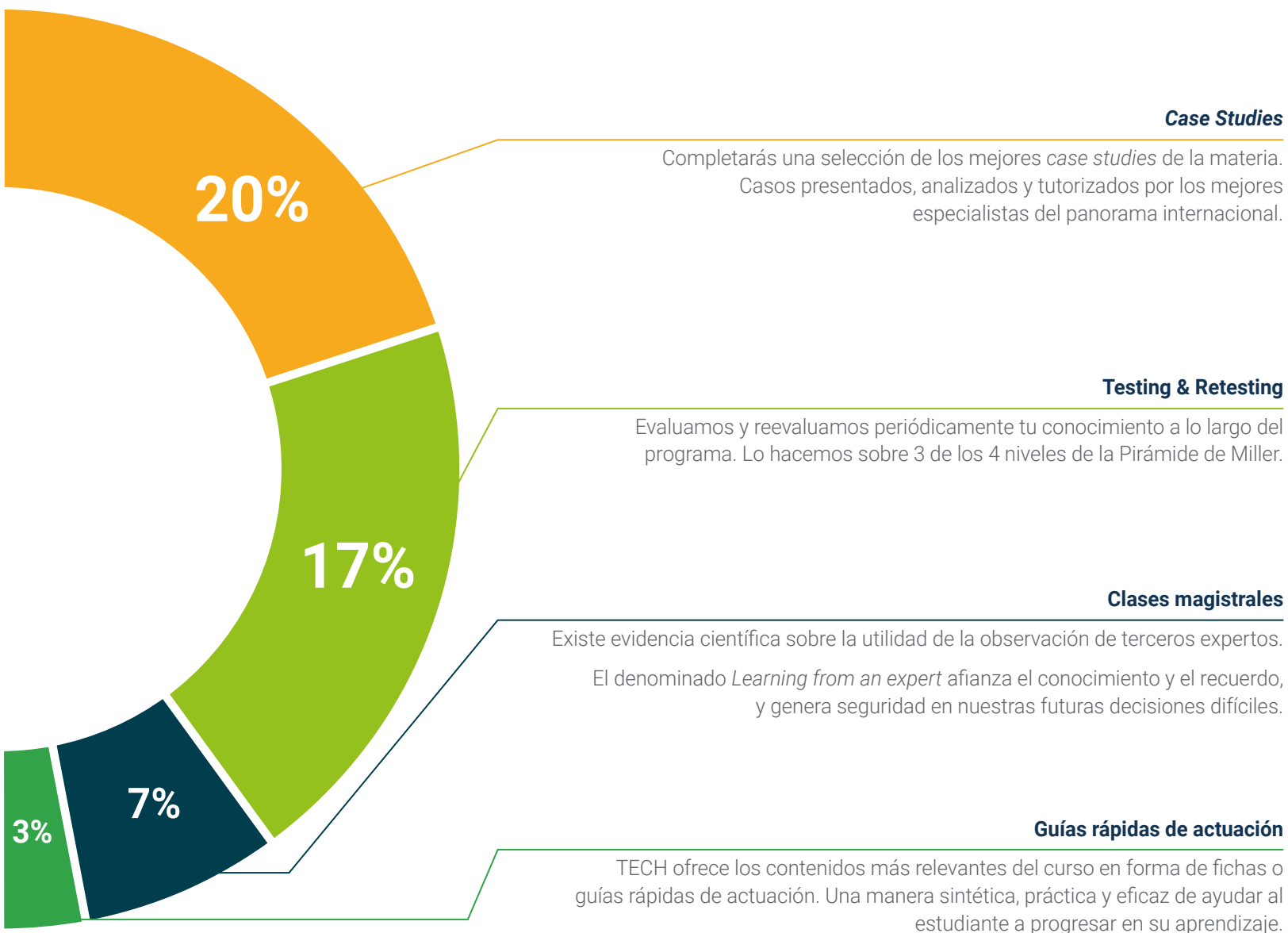
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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

Este programa universitario se distingue por la excelencia de su equipo docente, compuesto por profesionales de primer nivel con una amplia experiencia y trayectoria en el ámbito empresarial. De hecho, todos ellos están actualmente en activo, lo que les permitirá mantenerse al tanto de la realidad empresarial y de las demandas del sector, garantizando así un enfoque actualizado y relevante en cada sesión académica. Gracias a ello, brindarán al alumnado una capacitación conectada con los desafíos contemporáneos, orientada a la aplicación práctica y al desarrollo de competencias estratégicas.



“

Los mejores expertos en Consultoría de Negocio ponen a tu disposición su experiencia y trayectoria profesional en un programa universitario con contenido didáctico y académico de primer nivel”

Directora Invitada Internacional

Premiada por la Sociedad de Relaciones Públicas de América por su **divulgación científica** mediante múltiples seminarios web, Erin Werthman se ha convertido en una prestigiosa **Administradora de Empresas** altamente especializada en el ámbito del **Marketing y Comunicaciones**.

Así pues, ha desempeñado su labor en entidades internacionales de referencia como el Collegis Education. Entre sus principales logros, destaca haber desarrollado **soluciones integrales de tecnología y eficiencia operativa** que han optimizado significativamente las actividades operativas de las instituciones. Por ejemplo, ha gestionado una cartera de clientes de más de 15 millones de dólares, obteniendo al mismo tiempo un margen de beneficio bruto del 58%. En este sentido, también ha generado una atmósfera de trabajo colaborativa, donde los equipos de trabajo desarrollan sus funciones con la máxima calidad para garantizar la satisfacción de los clientes.

Por otra parte, se ha encargado de confeccionar múltiples **planes estratégicos corporativos ante situaciones de crisis**. Gracias a esto, ha contribuido a que las empresas disfruten de una excelente imagen en la comunidad. Al mismo tiempo, al haberse anticipado a posibles contratiempos derivados de su ejercicio, ha garantizado que las entidades puedan seguir operando de manera efectiva incluso en condiciones adversas. También ha forjado relaciones proactivas a la par que transparentes con los **medios de comunicación**. De esta forma, ha logrado maximizar tanto la visibilidad como la reputación de las organizaciones.

Además, en su compromiso por la excelencia, es una ponente habitual en **congresos y simposios** de carácter internacional. Allí comparte su conocimiento holístico sobre materias como la **Responsabilidad Social**, las **Relaciones Públicas** o la **Publicidad**. Cabe destacar que su desempeño profesional se ha visto recompensado en diversas ocasiones en forma de **reconocimientos**, siendo una muestra de ello el galardón que obtuvo en el Rasmussen College por su capacidad de liderazgo, actitud resolutiva y mejora de campañas publicitarias.



Dña. Werthman, Erin

- Directora de Medios y Socio Experto Asociado en Bain & Company, Minnesota, Estados Unidos
- Socio Director Senior en Collegis Education, Bloomington, Minnesota
- Director de Estrategia de Medios y Desarrollo de Marca en Rasmussen College, Minneapolis
- Director de Relaciones Públicas y Desarrollo de la Facultad de Medicina de la Universidad de Illinois
- Licenciatura en Inglés-Retórica Escritura Profesional en la Universidad de Illinois Urbana-Champaign
- MBA en Negocios y Marketing en Benedictine University, Illinois
- Certificación Bain Sostenibilidad en Acción por Bain & Company
- Miembro de Miembro de la Junta Riverview Elementary School PTA



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

Dirección



D. Pérez-Ayala, Luis Yusty

- ♦ Director Financiero y de Control de Gestión en las Áreas de Ingeniería, Infraestructuras, Energía y Naval de SENER
- ♦ Travel & Hospitality Industry Technology Lead en Accenture. España, Portugal, Andorra e Israel
- ♦ Senior Manager en Accenture en el Área de Intelligent Finance
- ♦ Associate Director en EY en el Área CFO Services y Financial Accounting Advisory Services
- ♦ Senior Manager en KPMG en el Área de Consultoría de Negocio en Función Financiera
- ♦ Docente en estudios posuniversitarios relacionados con la Consultoría de Negocios
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la UCLM
- ♦ Licenciado en Economía por la UCLM
- ♦ Máster en Revenue Management por Cornell University
- ♦ Máster en Sales por Sales Business School
- ♦ Certificate Programs en Control de Gestión, Gestión de Finanzas e Impuestos

Profesores

Dña. Silva, Camila

- ♦ Talent Acquisition Partner Iberia en Johnson & Johnson
- ♦ Consultora en Ackermann International
- ♦ Seleccionadora de Talento en Bay4leaders
- ♦ Abogada en Pereira Dos Santos Advogados
- ♦ Coach y Mentora en la Fundação Getúlio Vargas
- ♦ Licenciada en Derecho por UniCuritiba
- ♦ Máster en Derecho y Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Especialidad en Tecnologías de la Información y Big Data aplicados a los Recursos
- ♦ Humanos por la Universidad Politécnica de Madrid

D. Aguado - Muñoz Olmedilla, Álvaro

- ♦ Consultor senior en el área de la gestión de la cadena de suministro en ACCENTURE
- ♦ Consultor SAP para el área de Gestión de la Cadena de Suministro en VIEWNEXT
- ♦ Docente en cursos impartidos en el ámbito universitario
- ♦ Ingeniero Agrónomo por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster en Tecnología y Control de los Alimentos en Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica
- ♦ *Business Expert* por *ThePower Bussiness School*

D. Sallés, José María

- ♦ Emprendedor, Conferenciante y Consultor Experto en Dirección y Administración de Empresas, Motivación, Networking e Innovación
- ♦ Cofundador y Director Comercial de Wtransnet. Península Ibérica
- ♦ Patrono de la Fundación Mereze
- ♦ Diplomado en Dirección y Administración de Empresas por la EADA Business School
- ♦ Miembro:Comité de Expertos del Programa Ports 4.0 (Ports of Spain Tradetech Fun)

D. Safón, Pablo

- ♦ Gerente sénior del área de Función Financiera de PwC España
- ♦ Director Financiero y de Inversiones en el Grupo Dadelos
- ♦ Consultor del área de Financial Accounting Advisory Services en EY España
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Valencia
- ♦ Executive MBA por el IE Business School
- ♦ Máster en Asesoría Financiera y de Seguros por la Universidad Politécnica de Valencia

D. De Sopeña Fernández, Ignacio

- ♦ Director de consultoría en KPMG
- ♦ Socio responsable de consultoría para la Función Financiera en *Ernst & Young*
- ♦ Ponente en charlas y conferencias de asesoramiento y gestión empresarial
- ♦ Docente en estudios de posgrado vinculados con la consultoría y la gestión de empresas
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por el Colegio Universitario de Estudios Financieros
- ♦ PDD por el IESE *Business School*

D. Carabaño, Mario

- ♦ Responsable del Sector Público y Transformación Digital en Grant Thornton
Director de *Ernst & Young*
- ♦ Coautor de *El Secreto de la Innovación*
- ♦ Conferencista internacional en las temáticas de Transformación Digital, Innovación y Financiación Pública
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Europea de Madrid
- ♦ Graduado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid

D. Gavilanes Navarro, Alberto

- ♦ Senior Manager de Transformación Digital y Tecnología en Kearney
- ♦ Senior Manager de Transformación Digital en Accenture
Head of Digital Channels en Naturgy
- ♦ Director de Proyectos Estratégicos Corporativos de Prosegur para la Unidad de Negocio de Vigilancia
- ♦ Ingeniero Superior en Informática por la Universidad Nebrija
- ♦ Máster en Consultoría e Implantación de Sistemas de Información por Deusto

D. Gallego Cañas, Alberto

- ♦ Senior Manager de PwC España
- ♦ Senior Finance Specialist en Ecoembes
- ♦ Senior Finance Manager del Grupo SM
- ♦ Senior Consultant de Accenture
- ♦ Licenciado en Economía por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA por ESCP Europe
- ♦ Programa avanzado de *Corporate Finance* por el IEB

D. Carreño Ocaña, Rubén

- ♦ Director, Head of Corporate y Human Strategy en CBRE
- ♦ Head en EMEA Portfolio & Location Network en CBRE
- ♦ Chief Transformation Officer en KPMG
- ♦ Senior Manager Risk Consulting en KPMG
- ♦ Senior Manager Strategy & Operations en KPMG
- ♦ Manager de Infraestructuras, Transporte, Gobierno y Salud en Accenture para EMEA
- ♦ Ingeniero Industrial por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Programa de Desarrollo Ejecutivo en Management por el Instituto de Empresa

D. Lara Oria, Enrique

- ♦ Experto Consultor de Transformación Tecnológica y Empresarial
- ♦ Director en Axis Corporate de Transformación, Innovación y Digital
- ♦ Socio Responsable de la división de Estrategia y *Management Consulting* en KPMG. Colombia
- ♦ Experiencias previas en consultoría de negocio en KPMG, IBM *Global Business Services* y Accenture
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid

D. Hernando Guijarro, Javier

- ♦ Director, Head of Corporate y Human Strategy en CBRE
- ♦ Head en EMEA Portfolio & Location Network en CBRE
- ♦ Chief Transformation Officer en KPMG
- ♦ Senior Manager Risk Consulting en KPMG
- ♦ Senior Manager Strategy & Operations en KPMG
- ♦ Manager de Infraestructuras, Transporte, Gobierno y Salud en Accenture para EMEA
- ♦ Ingeniero Industrial por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Programa de Desarrollo Ejecutivo en Management por el Instituto de Empresa

08 Titulación

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



“

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

Este **Máster Título Propio en Consultoría de Negocios** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

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

TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, la red internacional que reúne a las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo. Esta distinción reafirma su compromiso con la excelencia en la gestión responsable y la capacitación para directivos.

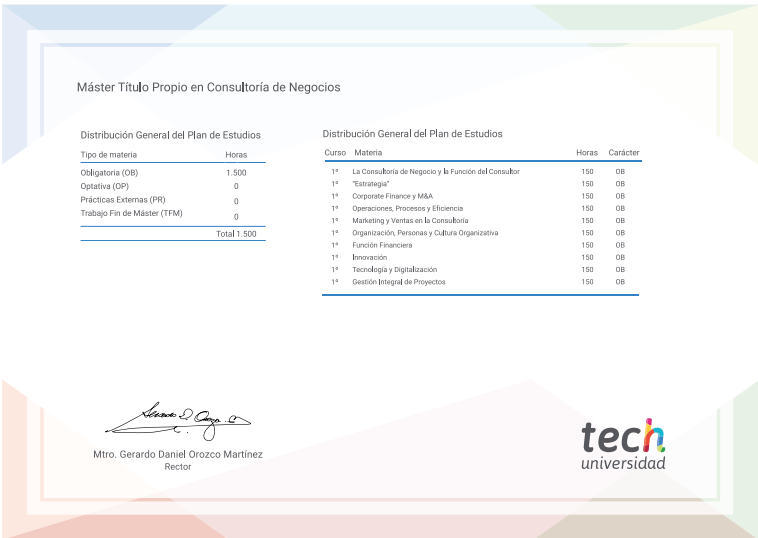
Aval/Membresía



Título: **Máster Título Propio Consultoría de Negocios**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **12 meses**



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

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



Máster Título Propio Consultoría de Negocios

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

Consultoría de Negocios

Aval/Membresía



tech
universidad