

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)

Business Graduates  
Association

A background image showing a woman in a black sleeveless top and a man in a dark suit and blue shirt sitting at a desk. They are looking at documents and a laptop. The woman is holding a pen. The man is pointing at a document. The image is partially obscured by a large white diagonal shape.

**tech** global  
university



## Máster Título Propio

### MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-contable-cao-chief-accounting-officer](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-contable-cao-chief-accounting-officer)

# 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. 32*

05

Salidas profesionales

---

*pág. 38*

06

Metodología de estudio

---

*pág. 42*

07

Cuadro docente

---

*pág. 52*

08

Titulación

---

*pág. 72*

01

# Presentación del programa

En un entorno empresarial globalizado y en constante transformación, la figura del *Chief Accounting Officer* (CAO) ha cobrado una relevancia estratégica en las organizaciones. Según el *Institute of Management Accountants* (IMA), más del 70% de las empresas líderes en Norteamérica y Europa han reforzado sus estructuras contables con perfiles directivos orientados a la gestión estratégica de la información financiera, la supervisión del *compliance* y la adopción de tecnologías como la automatización y el análisis de datos. Ante esta realidad, TECH ha diseñado este posgrado 100% online que capacitará a los profesionales para liderar procesos de transformación digital contable, diseñar sistemas de control financiero y garantizar la calidad de la información contable en un marco normativo complejo y dinámico.



A photograph of a desk setup. On the left, a pair of glasses rests on a grey textured notebook. A silver and black fountain pen lies on the notebook. In the center, a tablet displays a bar chart with a vertical axis labeled 0, 25, 50, 75, and 100. A blue bar is visible at the bottom, and a grey bar is visible above it. The background is a dark blue gradient.

“

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

La contabilidad es un pilar esencial en la gestión empresarial, ya que de ella dependen procesos clave. En un entorno cada vez más digitalizado, las empresas demandan profesionales con un perfil estratégico capaz de integrar herramientas tecnológicas avanzadas para mejorar la eficiencia y precisión de los estados financieros. Ante este contexto, los empresarios deben actualizar sus competencias para liderar equipos, gestionar riesgos y diseñar estrategias financieras alineadas con las regulaciones nacionales e internacionales.

A partir de estas necesidades surge este completísimo MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer) de TECH. A través de un enfoque integral, este plan de estudios abarcará desde el análisis de estados financieros y auditoría, hasta la planificación estratégica y la gestión de instrumentos financiero. También, se profundizará en técnicas avanzadas de contabilidad, fiscalidad, normativa internacional y control de gestión. Además, se abordarán áreas complementarias como la dirección de equipos, el desarrollo de estrategias comerciales y la gestión del talento, garantizando una visión integral de la alta dirección. De esta manera, los especialistas se prepararán eficientemente para asumir posiciones de liderazgo en departamentos contables y financieros

Adicionalmente, este itinerario se impartirá en un formato 100% online, lo que permite a los profesionales instruirse sin renunciar a sus compromisos laborales o personales. Con acceso a los contenidos en cualquier momento y desde cualquier dispositivo, la capacitación se apoyará en el método *Relearning*, que facilita la retención de conocimientos mediante la reiteración y aplicación práctica de los conceptos. En adición, unos reputados Directores Invitados Internacionales brindarán unas rigurosas *Masterclasses*.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de la **Business Graduates Association**, 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 **MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Dirección Contable
- 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 Contable
- 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



*Unos prestigiosos Directores Invitados Internacionales impartirán unas exclusivas Masterclasses relacionadas con las últimas innovaciones en la Dirección Contable”*

“

*Con el sistema Relearning no tendrás que invertir una gran cantidad de horas de estudio y te focalizarás en los conceptos más relevantes”*

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Dirección Contable, 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.

*Las lecturas especializadas te permitirán extender aún más la rigurosa información facilitada en esta opción académica.*

*Asegurarás la transparencia y el cumplimiento de normativas en la presentación de informes financieros.*



02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

### La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

### Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

### El mejor claustro docente top internacional

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

Profesorado  
**TOP**  
Internacional



La metodología  
más eficaz

### Un método de aprendizaje único

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

### La mayor universidad digital del mundo

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

**nº1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

### La universidad online oficial de la NBA

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

### Líderes en empleabilidad

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



### Google Partner Premier

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



### 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

Los materiales didácticos de este programa universitario han sido diseñados por expertos en gestión financiera y contable, garantizando un aprendizaje práctico y actualizado. Así, el plan de estudios abarcará temas clave como la consolidación de estados financieros, el control de gestión presupuestaria y la normativa internacional. Adicionalmente, se profundizará en áreas estratégicas como la dirección de equipos, la sostenibilidad empresarial y la introducción al inmovilizado material. De este modo, los egresados desarrollarán habilidades para liderar departamentos contables y aplicar soluciones innovadoras en el ámbito corporativo.





“

*Optimizarás la gestión contable y financiera, impulsando estrategias que maximicen la rentabilidad empresarial”*

## Módulo 1. Contabilidad avanzada I

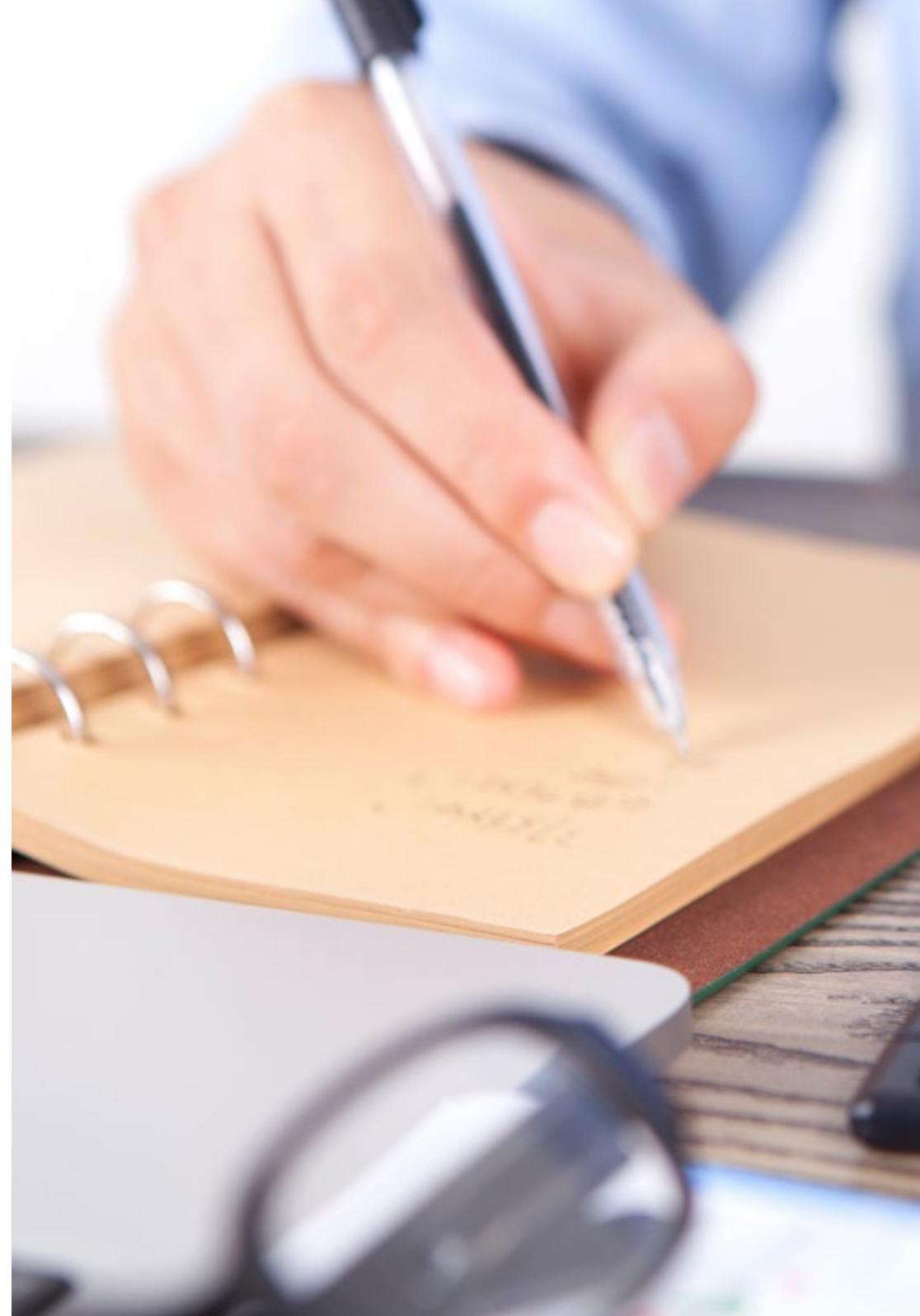
- 1.1. Constitución de sociedades
  - 1.1.1. Introducción a la contabilidad de sociedades
  - 1.1.2. Capital social
  - 1.1.3. Aportaciones dinerarias
  - 1.1.4. Aportaciones no dinerarias
  - 1.1.5. Constitución de las sociedades anónimas
  - 1.1.6. Constitución por fundación simultánea o por convenio
  - 1.1.7. Constitución por fundación sucesiva o por suscripción pública
- 1.2. Autocartera
  - 1.2.1. Concepto de autocartera
  - 1.2.2. Formas de adquisición de las acciones propias
  - 1.2.3. Enajenación de la autocartera
  - 1.2.4. Amortización de la autocartera
- 1.3. Inmovilizado material
  - 1.3.1. Introducción al inmovilizado material
  - 1.3.2. Valoración inicial del inmovilizado material
    - 1.3.2.1. Precio de adquisición
    - 1.3.2.2. Coste de producción
    - 1.3.2.3. Permutas
    - 1.3.2.4. Aportaciones no dinerarias
  - 1.3.3. Valoración posterior del inmovilizado material
    - 1.3.3.1. Amortización
    - 1.3.3.2. Deterioro
- 1.4. Baja del inmovilizado material
- 1.5. Impuesto sobre el valor añadido – IVA (I)
  - 1.5.1. El Impuesto sobre el Valor Añadido y sus cuentas
  - 1.5.2. El IVA soportado
  - 1.5.3. El IVA repercutido
  - 1.5.4. La contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido en compras y gastos
  - 1.5.5. La contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido en ventas y prestación de servicios
- 1.6. Impuesto sobre el valor añadido – IVA (II)
  - 1.6.1. Regla de la prorrata
    - 1.6.1.1. Prorrata general
    - 1.6.1.2. Prorrata especial
    - 1.6.1.3. Regla de la prorrata en los bienes de inversión
  - 1.6.2. Los regímenes especiales
  - 1.6.3. Las adquisiciones intracomunitarias, importaciones y exportaciones de bienes
- 1.7. Impuesto de sociedades– IS (I)
  - 1.7.1. El Impuesto de Sociedades y sus cuentas
  - 1.7.2. Activos y pasivos por impuesto corriente
  - 1.7.3. Activos y pasivos por impuesto diferido
  - 1.7.4. Valoración de activos y pasivos por impuesto corriente e impuesto diferido
- 1.8. IMPUESTO DE SOCIEDADES – IS (II)
  - 1.8.1. Bases imponibles negativas
  - 1.8.2. Ajustes del Impuesto de Sociedades
    - 1.8.2.1. Diferencias permanentes
    - 1.8.2.2. Diferencias temporarias
- 1.9. Financiación I
  - 1.9.1. Introducción a la financiación de las sociedades
  - 1.9.2. Reservas
    - 1.9.2.1. Cuenta 110: Prima de Emisión
    - 1.9.2.2. Cuenta 111: Reserva Legal
    - 1.9.2.3. Cuenta 113: Reserva Voluntaria
    - 1.9.2.4. Cuenta 114: Reservas Especiales
    - 1.9.2.5. Cuenta 118: Aportaciones de socios o propietarios
- 1.10. Resultados pendientes de aplicación
  - 1.10.1. Cuenta 120: Remanente
  - 1.10.2. Cuenta 121: Resultados negativos de ejercicios anteriores
  - 1.10.3. Cuenta 129: Resultado del ejercicio
  - 1.10.4. Subvenciones de capital en pymes

- 1.11. Financiación II
    - 1.11.1. Provisiones
    - 1.11.2. Deudas a largo plazo
    - 1.11.3. Deudas a largo plazo con características especiales
    - 1.11.4. Deudas a largo plazo con partes vinculadas
    - 1.11.5. Deudas a largo plazo por préstamos recibidos, empréstitos y otros conceptos
    - 1.11.6. Fianzas
    - 1.11.7. Cuenta 180: Fianzas recibidas a largo plazo
    - 1.11.8. Cuentas 181: Anticipos recibidos por ventas o prestaciones de servicios a largo plazo
    - 1.11.9. Cuenta 189: Garantías financieras a largo plazo
    - 1.11.10. Situaciones transitorias de financiación
  - 1.12. Cuentas financieras I
    - 1.12.1. Empréstitos, deudas con características especiales y otras emisiones análogas a corto plazo
    - 1.12.2. Deudas a corto plazo con partes vinculadas
    - 1.12.3. Deudas a corto plazo por préstamos recibidos y otros conceptos
    - 1.12.4. Inversiones financieras a corto plazo con partes vinculadas
- Módulo 2. Contabilidad de gestión para la toma de decisiones**
- 2.1. Fundamentos conceptuales
    - 2.1.1. La contabilidad analítica: concepto, evolución y ámbito de estudio
    - 2.1.2. Objetivos y usuarios de la misma
    - 2.1.3. Relaciones y diferencias entre contabilidad analítica y contabilidad financiera
  - 2.2. El coste: conceptos básicos
    - 2.2.1. Concepto de coste y magnitudes que lo integran
    - 2.2.2. Relatividad de las cifras de coste
    - 2.2.3. Itinerario contable de los costes: la conexión costes-activo-resultados
    - 2.2.4. El concepto de gasto y su relación con el de coste
  - 2.3. Modelo básico de acumulación de costes y resultados
    - 2.3.1. El flujo contable de los costes: identificación, periodificación, clasificación y localización de los componentes
    - 2.3.2. El análisis de la actividad como base generadora de los costes
    - 2.3.3. La relación costes-actividad-producción. La problemática de los costes indirectos
    - 2.3.4. Estructura del modelo básico de acumulación: el análisis por funciones
    - 2.3.5. Concepto y objetivos de la clasificación de los costes por funciones
      - 2.3.5.1. Principales funciones que integran la actividad de explotación de la empresa y criterios para la delimitación e imputación de sus costes
      - 2.3.5.2. La asignación de costes a coste completo industrial
    - 2.3.6. Cuenta de resultados funcional: concepto y estructura
  - 2.4. Valoración de almacenes
    - 2.4.1. Las existencias
    - 2.4.2. Métodos de valoración
  - 2.5. La producción en curso y perdida
    - 2.5.1. Valoración de las existencias finales de producción en curso
    - 2.5.2. Valoración de las existencias iniciales de producción en curso
    - 2.5.3. Valoración de la producción perdida
  - 2.6. Sistema de producción multifásica
    - 2.6.1. Introducción
    - 2.6.2. Los productos semiterminados
    - 2.6.3. Modelo de producción multifásica
    - 2.6.4. Producción multifásica en serie
    - 2.6.5. Producción multifásica en paralelo
  - 2.7. Modelo de costes variables
    - 2.7.1. Fundamentos conceptuales
    - 2.7.2. Acumulación de costes y estructura de la cuenta de resultados
    - 2.7.3. El margen de contribución como instrumento de análisis de rentabilidad y toma de decisiones
    - 2.7.4. Localización y análisis de costes por centros en el marco del modelo de costes variables
    - 2.7.5. «Direct costing» y análisis coste-volumen-beneficio: modelo básico de análisis coste-volumen-beneficio
    - 2.7.6. Determinación del umbral de rentabilidad
    - 2.7.7. Limitaciones del modelo de costes variables

- 2.8. Toma de decisiones bajo costes variables
    - 2.8.1. La actividad y la capacidad conceptos básicos para el análisis y control de gestión
    - 2.8.2. Comportamiento de los costes y las variaciones en el nivel de actividad: costes fijos y costes variables
    - 2.8.3. Aplicaciones del «*direct costing*» a las decisiones sobre precios y productos
    - 2.8.4. El aprovechamiento de la capacidad instalada como marco condicionante de decisiones empresariales: criterios de decisión en situaciones de baja ocupación y de plena ocupación
    - 2.8.5. Decisiones sobre fabricar, subcontratar o comprar
    - 2.8.6. Decisiones sobre continuar el procesamiento del producto o venderlo con un grado de elaboración menor
    - 2.8.7. Decisiones sobre aceptación o rechazo de pedidos especiales
  - 2.9. Modelo de costes estándares
    - 2.9.1. Las desviaciones
      - 2.9.1.1. Desviaciones en costes directos
      - 2.9.1.2. Desviaciones en costes indirectos
  - 2.10. Modelo de costes basado en la imputación racional
    - 2.10.1. El aprovechamiento de la capacidad instalada como factor de eficiencia: capacidad utilizada y capacidad ociosa: su incidencia en los costes
    - 2.10.2. Los costes de subactividad
    - 2.10.3. El método de imputación racional para la asignación de costes
      - 2.10.3.1. Fundamento conceptual
      - 2.10.3.2. Imputación de los costes
      - 2.10.3.3. Estructura de la cuenta de resultados
    - 2.10.4. Aportaciones del método para el análisis y el control de gestión
- Módulo 3. Contabilidad avanzada II**
- 3.1. Cuentas financieras II
    - 3.1.1. Otras inversiones financieras temporales
    - 3.1.2. Otras cuentas no bancarias
    - 3.1.3. Fianzas y depósitos recibidos y constituidos a corto plazo y ajustes por periodificación
    - 3.1.4. Tesorería
    - 3.1.5. Activos no corrientes mantenidos para la venta y activos y pasivos asociados
    - 3.1.6. Deterioro del valor de inversiones financieras a corto plazo
  - 3.2. Combinación de negocios (I)
    - 3.2.1. Introducción a la combinación de negocios
    - 3.2.2. Clasificación de las combinaciones de negocios
    - 3.2.3. El método de adquisición
      - 3.2.3.1. Determinación de la empresa adquirente
      - 3.2.3.2. Identificación de la fecha de adquisición
      - 3.2.3.3. Coste de la combinación de negocios
      - 3.2.3.4. Reconocimiento del fondo de comercio o diferencia negativa
    - 3.2.4. Contabilidad provisional
    - 3.2.5. Combinación de negocios realizadas por etapas
  - 3.3. Combinación de negocios (II)
    - 3.3.1. Concepto de la fusión de sociedades y sus tipos
    - 3.3.2. El proyecto de fusión
    - 3.3.3. El balance de fusión
    - 3.3.4. La aprobación de la fusión
    - 3.3.5. Formalización e inscripción del acuerdo de fusión
    - 3.3.6. Efectos de la fusión
    - 3.3.7. Clases de fusión
      - 3.3.7.1. Fusión directa
      - 3.3.7.2. Fusión indirecta
      - 3.3.7.3. Fusión por etapas
      - 3.3.7.4. Fusión gemelar
      - 3.3.7.5. Fusión inversa
  - 3.4. Combinación de negocios (III)
    - 3.4.1. Concepto de la escisión de sociedades
    - 3.4.2. Régimen jurídico de la escisión
    - 3.4.3. Efectos de la escisión
    - 3.4.4. Clases de escisión
      - 3.4.4.1. Escisión total
      - 3.4.4.2. Escisión parcial
  - 3.5. Combinación de negocios (IV)
    - 3.5.1. Concepto de segregación de sociedades
    - 3.5.2. Segregación parcial

- 3.6. Concurso de acreedores
    - 3.6.1. Concepto de concurso de acreedores
    - 3.6.2. Clases de concurso
    - 3.6.3. La Administración concursal
    - 3.6.4. Consecuencias de la declaración concursal
    - 3.6.5. Esquema contable
  - 3.7. Introducción a la revisión de cuentas anuales
    - 3.7.1. Las cuentas anuales
    - 3.7.2. Concepto de auditoría
    - 3.7.3. Objetivos de la revisión de cuentas anuales
    - 3.7.4. Principios fundamentales contables y éticos
    - 3.7.5. Marco normativo
      - 3.7.5.1. Marco normativo de información financiera de imagen fiel
      - 3.7.5.2. Marco normativo de información financiera de cumplimiento
      - 3.7.5.3. Marco normativo de información financiera adecuado
      - 3.7.5.4. Marco normativo de información financiera inadecuado
      - 3.7.5.5. Marco normativo de información financiera que resulta de aplicación para empresas en liquidación
    - 3.7.6. Normativa reguladora de ámbito nacional e internacional
      - 3.7.6.1. Ley 19/1988 de Auditoría de Cuentas (LAC 19/1988)
      - 3.7.6.2. Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas (LAC)
      - 3.7.6.3. Real Decreto 1517/2011, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla el texto refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas (RAC)
      - 3.7.6.4. Normas internacionales de auditoría adoptadas por la Unión Europea (NIA)
      - 3.7.6.5. Normas técnicas de auditoría (NTA)
      - 3.7.6.6. Usos y costumbres
      - 3.7.6.7. Normas de ética
  - 3.8. Partes implicadas en la revisión de cuentas anuales
    - 3.8.1. Entidades obligadas a someterse a auditorías de cuentas anuales
    - 3.8.2. Los auditores de cuentas
      - 3.8.2.1. Requisitos para el ejercicio de la auditoría
      - 3.8.2.2. Responsabilidad de los auditores
      - 3.8.2.3. Deber de los auditores
        - 3.8.2.3.1. Deber de independencia
        - 3.8.2.3.2. Deber de conservación y custodia
        - 3.8.2.3.3. Deber de secreto
        - 3.8.2.3.4. Deber de escepticismo y juicio profesional
  - 3.9. Instituto de contabilidad y auditoría de cuentas (ICAC)
    - 3.9.1. Naturaleza del ICAC
    - 3.9.2. Funciones del ICAC
    - 3.9.3. Régimen de supervisión
    - 3.9.4. Régimen sancionador
  - 3.10. Informe de auditoría de cuentas anuales
    - 3.10.1. Estructura del informe de auditoría
      - 3.10.1.1. Elementos básicos del informe de la auditoría de cuentas anuales
    - 3.10.2. Otros aspectos
    - 3.10.3. Modelo de informe de auditoría
- ### Módulo 4. Contabilidad y fiscalidad
- 4.1. El plan general de contabilidad
    - 4.1.1. Marco normativo
    - 4.1.2. Estructura del PGC
    - 4.1.3. Marco conceptual de la contabilidad
      - 4.1.3.1. Cuentas anuales e imagen fiel
      - 4.1.3.2. Requisitos de la información a incluir en las cuentas anuales
      - 4.1.3.3. Principios contables
      - 4.1.3.4. Elementos de las cuentas anuales
      - 4.1.3.5. Criterios de registro o reconocimiento contable de los elementos de las cuentas anuales
      - 4.1.3.6. Criterios de valoración
      - 4.1.3.7. Principios y normas de contabilidad generalmente aceptados
    - 4.1.4. Normas de registro y valoración
    - 4.1.5. Cuentas anuales

- 4.2. Tratamiento contable de compras y ventas de existencias
  - 4.2.1. Normas de registro y valoración de las existencias
  - 4.2.2. Métodos de asignación de valor de las existencias
  - 4.2.3. Cuentas de gastos e ingresos relacionados con las existencias
  - 4.2.4. Valoración de existencias y correcciones valorativas
  - 4.2.5. El IVA en las compras y ventas
- 4.3. Tratamiento contable de acreedores y deudores por operaciones comerciales
  - 4.3.1. Normas de registro y valoración de instrumentos financieros
  - 4.3.2. Operaciones corrientes
  - 4.3.3. Operaciones comerciales con intereses por aplazamiento. *Factoring*
  - 4.3.4. Operaciones en moneda extranjera
  - 4.3.5. Cuentas de personal y administraciones públicas
  - 4.3.6. Periodificación
  - 4.3.7. Correcciones valorativas
- 4.4. Tratamiento contable del inmovilizado no financiero
  - 4.4.1. Normas de registro y valoración de inmovilizado no financiero
  - 4.4.2. Inmovilizado en curso
  - 4.4.3. Inversiones inmobiliarias
  - 4.4.4. Inmovilizado intangible
  - 4.4.5. Correcciones valorativas
  - 4.4.6. Activos mantenidos para la venta
  - 4.4.7. Arrendamiento financiero
- 4.5. Tratamiento contable de los instrumentos financieros
  - 4.5.1. Normas de registro y valoración de instrumentos financieros
  - 4.5.2. Clasificación de instrumentos financieros
    - 4.5.2.1. Inversiones mantenidas hasta el vencimiento
    - 4.5.2.2. Activos financieros mantenidos para negociar
    - 4.5.2.3. Activos financieros disponibles para la venta
    - 4.5.2.4. Inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociadas
    - 4.5.2.5. Créditos no comerciales
    - 4.5.2.6. Créditos, préstamos y otros débitos
    - 4.5.2.7. Empréstitos y otras emisiones análogas
    - 4.5.2.8. Pasivos financieros mantenidos para negociar





- 4.5.3. Fianzas, depósitos y otras cuentas no bancarias
- 4.5.4. Ajustes por periodificación
- 4.6. Tratamiento contable de fondos propios, subvenciones y provisiones
  - 4.6.1. Fuentes de financiación propias
  - 4.6.2. Instrumentos de patrimonio
  - 4.6.3. Subvenciones, donaciones y legados
  - 4.6.4. Provisiones y pagos basados en instrumentos del patrimonio
- 4.7. Tratamiento contable de gastos e ingresos y operaciones derivadas del fin del ejercicio económico
  - 4.7.1. Tratamiento contable de gastos
    - 4.7.1.1. Compras de existencias
    - 4.7.1.2. Servicios exteriores
    - 4.7.1.3. Tributos
    - 4.7.1.4. Gastos de personal
    - 4.7.1.5. Otros gastos de gestión
    - 4.7.1.6. Gastos financieros
    - 4.7.1.7. Pérdidas procedentes de activos no corrientes y gastos excepcionales
  - 4.7.2. Tratamiento contable de ingresos
    - 4.7.2.1. Ventas de existencias
    - 4.7.2.2. Trabajos realizados para la empresa
    - 4.7.2.3. Subvenciones, donaciones y legados
    - 4.7.2.4. Otros ingresos de gestión
    - 4.7.2.5. Ingresos financieros
    - 4.7.2.6. Beneficios procedentes de activos no corrientes e ingresos
  - 4.7.3. Operaciones derivadas del fin del ejercicio económico
    - 4.7.3.1. Variación de existencias
    - 4.7.3.2. Amortizaciones
    - 4.7.3.3. Pérdidas por deterioro y otras dotaciones
    - 4.7.3.4. Reversión del deterioro y exceso de provisiones
- 4.8. Introducción al sistema tributario español. Impuestos locales
  - 4.8.1. Sistema tributario español
  - 4.8.2. Normativa aplicable
  - 4.8.3. Impuesto de actividades económicas
  - 4.8.4. Impuesto sobre bienes inmuebles
  - 4.8.5. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados

- 4.9. Impuesto sobre sociedades
  - 4.9.1. Normativa aplicable
  - 4.9.2. Diferencias entre resultado contable y fiscal
    - 4.9.2.1. Amortizaciones
    - 4.9.2.2. Arrendamientos financieros
    - 4.9.2.3. Correcciones de valor por deterioro y provisiones
    - 4.9.2.4. Gastos no deducibles
  - 4.9.3. Deuda tributaria. Deducciones y bonificaciones
  - 4.9.4. Retenciones y pagos a cuenta
  - 4.9.5. Incentivos fiscales de reducida dimensión
- 4.10. Impuesto sobre la renta de las personas físicas
  - 4.10.1. Normativa aplicable
  - 4.10.2. Conceptos generales
    - 4.10.2.1. Tipos de rentas
    - 4.10.2.2. Rentas no sujetas y exentas
  - 4.10.3. Tipos de rentas
    - 4.10.3.1. Rendimientos del trabajo
    - 4.10.3.2. Rendimientos del capital inmobiliario
    - 4.10.3.3. Rendimientos del capital mobiliario
    - 4.10.3.4. Rendimientos de actividades económicas
    - 4.10.3.5. Ganancias y pérdidas patrimoniales
    - 4.10.3.6. Imputación de rentas
    - 4.10.3.7. Liquidación del impuesto
      - 4.10.3.7.1. Base liquidable
      - 4.10.3.7.2. Mínimo personal y familiar
      - 4.10.3.7.3. Cuota íntegra
      - 4.10.3.7.4. Cuota líquida
      - 4.10.3.7.5. Cuota diferencial

## Módulo 5. Análisis de estados económicos-financieros

- 5.1. La información contable contenida en los estados financieros
  - 5.1.1. Objetivos generales de la información contable
  - 5.1.2. El balance: naturaleza, significado y componentes
  - 5.1.3. La cuenta de resultados: naturaleza, significado y componentes
  - 5.1.4. El estado de cambios en el patrimonio neto: significado y componentes
  - 5.1.5. El estado de flujos de efectivo: significado y componentes
- 5.2. Las técnicas de análisis económico-financiero
  - 5.2.1. Objetivos del análisis económico-financiero
  - 5.2.2. Métodos de análisis
  - 5.2.3. Análisis económico y análisis financiero
  - 5.2.4. Clasificación financiera del balance
  - 5.2.5. Estructura económica de la cuenta de resultados
- 5.3. Análisis de la situación financiera a corto plazo (I)
  - 5.3.1. El equilibrio a corto plazo
  - 5.3.2. El fondo de maniobra o capital circulante
  - 5.3.3. El periodo medio de maduración o el ciclo de explotación
  - 5.3.4. El fondo de maniobra necesario
- 5.4. Análisis de la situación financiera a corto plazo (II)
  - 5.4.1. Las ratios: concepto y significado
  - 5.4.2. Principales ratios utilizados en el análisis de los estados financieros: solvencia y liquidez
  - 5.4.3. Ratios de giro de los componentes del capital circulante
- 5.5. Análisis de la situación financiera a largo plazo (I)
  - 5.5.1. Estructura económico-financiera: activo, pasivo y patrimonio neto
  - 5.5.2. Relación entre pasivo y patrimonio neto
  - 5.5.3. Garantía y endeudamiento
  - 5.5.4. El efecto apalancamiento
- 5.6. Análisis de la situación financiera a largo plazo (II)
  - 5.6.1. Análisis de la generación de beneficios
  - 5.6.2. Análisis de la generación de fondos

- 5.7. Análisis de la situación económica: rentabilidades
  - 5.7.1. La rentabilidad de la inversión (ROI) y sus componentes
  - 5.7.2. La rentabilidad financiera o de los fondos propios (ROE)
  - 5.7.3. La rentabilidad para el accionista
- 5.8. Aplicación de los conceptos de ROA a y ROE: el coste medio ponderado de capital
  - 5.8.1. El coste medio ponderado de capital
  - 5.8.2. Los factores que determinan el coste de capital
  - 5.8.3. El cálculo del coste del capital
  - 5.8.4. La determinación del coste de cada fuente financiera
- 5.9. Cuantificación de los efectos financieros y económicos que tienen las decisiones de inversión y financiación
  - 5.9.1. Planteamiento de la cuestión a través de un ejemplo
  - 5.9.2. El apalancamiento financiero
  - 5.9.3. La estructura financiera
- 5.10. Análisis global de los estados financieros: caso práctico

## Módulo 6. Normativa internacional

- 6.1. Arquitectura contable internacional. Marco conceptual
  - 6.1.1. Características generales
  - 6.1.2. Objetivo de la información financiera con propósito general
  - 6.1.3. Características cualitativas de la información financiera útil
  - 6.1.4. Elementos de los estados financieros
- 6.2. Presentación de estados financieros (NIC 1, NIIF 1)
  - 6.2.1. Introducción: objetivo, alcance
  - 6.2.2. Definiciones
  - 6.2.3. Estados financieros
  - 6.2.4. Estructura y contenido
- 6.3. Estado de flujo de efectivo (NIC7)
  - 6.3.1. Introducción: objetivo, alcance
  - 6.3.2. Presentación de un estado de flujos de efectivo
  - 6.3.3. Información sobre flujos de efectivo de las actividades de operación
  - 6.3.4. Información sobre flujos de efectivo de las actividades de inversión y financiación
- 6.4. Inventarios (NIC 2)
  - 6.4.1. Introducción: objetivo, alcance
  - 6.4.2. Definiciones
  - 6.4.3. Medición de los inventarios
  - 6.4.4. Reconocimiento como un gasto
- 6.5. Propiedades, planta y equipo (NIC 16)
  - 6.5.1. Objetivo
  - 6.5.2. Alcance
  - 6.5.3. Definiciones
  - 6.5.4. Reconocimiento
  - 6.5.5. Medición en el momento del reconocimiento
  - 6.5.6. Medición posterior del reconocimiento
  - 6.5.7. Baja en cuentas
- 6.6. Propiedades de inversión (NIC 40)
  - 6.6.1. Clasificación de propiedades como propiedades de inversión
  - 6.6.2. Medición en el momento del reconocimiento
  - 6.6.3. Medición posterior del reconocimiento
  - 6.6.4. Baja en cuentas
- 6.7. Activos intangibles (NIC 38)
  - 6.7.1. Reconocimiento como gasto
  - 6.7.2. Medición posterior al reconocimiento
  - 6.7.3. Vida útil
  - 6.7.4. Activos intangibles con vidas útiles finitas
  - 6.7.5. Activos intangibles con vidas útiles indefinidas
- 6.8. Costes por préstamos (INTERESES) (NIC 23)
  - 6.8.1. Costos por préstamos susceptibles de capitalización
  - 6.8.2. Inicio de la capitalización
  - 6.8.3. Suspensión de la capitalización
- 6.9. Deterioro de valor de los activos (NIC 36)
  - 6.9.1. Identificación de un activo que podría estar deteriorado
  - 6.9.2. Medición del importe recuperable
  - 6.9.3. Reconocimiento y medición de la pérdida por deterioro de valor
  - 6.9.4. Unidades generadoras de efectivo
  - 6.9.5. Reversión de las pérdidas por deterioro de valor

- 6.10. Segmentos de operación (NIIF 8)
  - 6.10.1. Principio básico
  - 6.10.2. Alcance
  - 6.10.3. Segmentos de operación
  - 6.10.4. Segmentos sobre los que debe informarse

## Módulo 7. Análisis y gestión de instrumentos financieros

- 7.1. Introducción al sistema financiero e instituciones
  - 7.1.1. Cuestiones generales
  - 7.1.2. Organización del sistema financiero
  - 7.1.3. Instituciones financieras
  - 7.1.4. Mercados financieros
  - 7.1.5. Activos financieros
  - 7.1.6. El sistema financiero español
- 7.2. Deuda pública a corto plazo
  - 7.2.1. Introducción
  - 7.2.2. Las letras del tesoro: definición y características
  - 7.2.3. Las letras del tesoro: forma de emisión
  - 7.2.4. Mercado secundario de letras del tesoro
- 7.3. Deuda pública a largo plazo
  - 7.3.1. Introducción
  - 7.3.2. Bonos y obligaciones del estado: definición y características
  - 7.3.3. Bonos y obligaciones: forma de emisión
  - 7.3.4. Mercados secundarios de bonos y obligaciones del estado
- 7.4. Deuda corporativa a corto plazo
  - 7.4.1. Introducción
  - 7.4.2. Pagarés de empresa y otros activos empresariales a corto plazo: definición y características
  - 7.4.3. Pagarés de empresa: forma de emisión
  - 7.4.4. Mercados secundarios de pagarés de empresa
- 7.5. Deuda corporativa a largo plazo
  - 7.5.1. Introducción
  - 7.5.2. Bonos y obligaciones corporativos: definición y características
  - 7.5.3. Bonos y obligaciones corporativos: forma de emisión
  - 7.5.4. Mercados secundarios de deuda corporativa
- 7.6. La renta variable: acciones
  - 7.6.1. Introducción
  - 7.6.2. ¿Qué son las acciones?
  - 7.6.3. Valoración de opciones
  - 7.6.4. Vigilancia y supervisión oficial del mercado
  - 7.6.5. Las empresas de servicios de inversión
  - 7.6.6. Ofertas públicas con acciones: OPA, OPE, OPS y OPV
  - 7.6.7. Operativa de crédito al mercado
- 7.7. Las divisas
  - 7.7.1. Introducción a divisas
  - 7.7.2. El tipo de cambio
  - 7.7.3. Factores que afectan al tipo de cambio
  - 7.7.4. Operaciones con divisas
  - 7.7.5. Características del mercado de divisas
- 7.8. Instrumentos derivados: *forwards* y futuros
  - 7.8.1. Introducción a los derivados
  - 7.8.2. Mercado español de futuros financieros (MEFF)
  - 7.8.3. Los *forwards*. Definición y estrategias
  - 7.8.4. Los futuros. Definición y estrategias
  - 7.8.5. Ejemplos de operaciones con *forwards* y futuros
- 7.9. Instrumentos derivados: opciones
  - 7.9.1. Introducción a las opciones
  - 7.9.2. Posiciones básicas con opciones
  - 7.9.3. Valor intrínseco y valor temporal en opciones
  - 7.9.4. Ejemplos de operaciones con opciones

- 7.10. Instrumentos derivados: SWAPS
  - 7.10.1. Introducción a las permutas financieras o SWAPS
  - 7.10.2. Características de las operaciones SWAP
  - 7.10.3. Clases de SWAPS
  - 7.10.4. Ejemplos de operaciones con SWAPS

## Módulo 8. Combinaciones de negocios y valoración de empresas

- 8.1. Razones estratégicas para la adquisición y valoración de una empresa
  - 8.1.1. Motivos para valorar una empresa: el proceso de compraventa como herramienta de crecimiento
  - 8.1.2. Financiación apalancada. Capital riesgo. (*Venture capital, private equity, family offices*)
  - 8.1.3. Tipos de operaciones, *buy out*: LBO, MBO, MBI y BIMBO
  - 8.1.4. Aspectos clave en los procesos de fusiones y adquisiciones
  - 8.1.5. Nuevas formas de inversión en capital privado, el *crowdfunding*
- 8.2. Metodologías de valoración del mercado
  - 8.2.1. Valoración por múltiplos de empresas cotizadas
  - 8.2.2. Valoración por múltiplos de transacciones privadas versus mercados cotizados: la prima de iliquidez
  - 8.2.3. Fórmulas analíticas de los múltiplos
  - 8.2.4. Casos prácticos
- 8.3. Metodología de flujo de caja descontado (DCF)
  - 8.3.1. Método de descuento de flujos de caja libre
  - 8.3.2. El flujo de caja libre
  - 8.3.3. La tasa de inversión neta (TIN)
  - 8.3.4. El valor residual
  - 8.3.5. La tasa de descuento, coste medio ponderado del capital o WACC
  - 8.3.6. El valor de la empresa
  - 8.3.7. Cálculo de la deuda financiera neta, los pasivos contingentes y el valor de las acciones
  - 8.3.8. Casos prácticos
- 8.4. Una visión más profunda: modelización de la empresa a valorar
  - 8.4.1. Análisis de la información contable, cálculo de tendencias. Tac's y promedios: identificación de los "value drivers"
  - 8.4.2. Proyecciones de ingresos por líneas de negocio, costes directos e indirectos
  - 8.4.3. Proyecciones de ebitda, en función de históricos, tendencias de mercado y plan estratégico de la compañía
  - 8.4.4. Hipótesis de amortizaciones y necesidades de inversión
  - 8.4.5. Cálculo del periodo medio de maduración histórico
  - 8.4.6. Cálculo del fondo de maniobra necesario
  - 8.4.7. Flujo de caja libre, flujo de caja de la deuda y flujo de caja del accionista
  - 8.4.8. Proyecciones del balance
- 8.5. Análisis e inclusión del riesgo en una compra-venta
  - 8.5.1. Una visión más exhaustiva del coste medio ponderado del capital
  - 8.5.2. El coste de los recursos ajenos
  - 8.5.3. El coste de los recursos propios, la metodología del dividendo
  - 8.5.4. El CAPM para calcular el coste del capital de empresas cotizadas
  - 8.5.5. Cálculo de la beta para empresas no cotizadas a partir de datos de cotizadas
  - 8.5.6. El CAPM para empresas no cotizadas: primas de tamaño y primas de iliquidez
  - 8.5.7. Casos prácticos
- 8.6. Incertidumbre y riesgo, la inclusión de la aleatoriedad
  - 8.6.1. Creación de escenarios, cálculo y uso de la volatilidad para crear intervalos de valor
  - 8.6.2. Simulación montecarlo
  - 8.6.3. Análisis de sensibilidad
  - 8.6.4. Precio vs. valor: el valor de las sinergias. Reducción del riesgo a través de la forma de pago
  - 8.6.5. Casos prácticos
- 8.7. Solución de dos casos prácticos integrados
  - 8.7.1. Valoración de una empresa del sector servicios
  - 8.7.2. Valoración de una empresa de producción
- 8.8. Otras metodologías de valoración
  - 8.8.1. Metodología del "equity"
  - 8.8.2. Metodología del EVA

- 8.9. Las combinaciones de negocios en los estados contables
  - 8.9.1. IFRS 3, IFRS 13, NIC 38
  - 8.9.2. El fondo de comercio
  - 8.9.3. Reconocimiento de otros activos intangibles
- 8.10. Valoración de intangibles
  - 8.10.1. La marca como activo intangible líder, resto de intangibles que conforman el valor de una empresa: el método del exceso de beneficio en periodos múltiples
  - 8.10.2. Métodos para calcular el valor de la marca
    - 8.10.2.1. Método del *royalty*
    - 8.10.2.2. Método *interbrand*

## Módulo 9. Consolidación de estados financieros

- 9.1. La consolidación contable. Introducción
  - 9.1.1. Introducción
    - 9.1.1.1. Concepto de consolidación
    - 9.1.1.2. Normativa para la formulación de las cuentas anuales consolidadas
  - 9.1.2. Sujetos de la consolidación
  - 9.1.3. Obligación de consolidar
  - 9.1.4. Métodos de consolidación
- 9.2. Método de integración global. Parte I
  - 9.2.1. Introducción
  - 9.2.2. Homogeneizaciones
  - 9.2.3. Agregaciones y método de adquisición
  - 9.2.4. Eliminaciones
- 9.3. Método de integración global. Parte II
  - 9.3.1. Introducción
  - 9.3.2. Escenario 1: variación de la inversión sin modificación del porcentaje de participación modificaciones de la participación
    - 9.3.2.1. Escenario 2: variación en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
    - 9.3.2.2. Incremento en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control
    - 9.3.2.3. Decremento en el porcentaje de participación sin suponer pérdida de control

- 9.3.3. Escenario 3: disminución del porcentaje de participación que supone pérdida de control
- 9.3.4. Casos particulares y excepciones al método de adquisición
- 9.4. Método de integración global. Parte III
  - 9.4.1. Introducción
  - 9.4.2. Casos particulares
    - 9.4.2.1. Participaciones indirectas
    - 9.4.2.2. Adquisiciones inversas
    - 9.4.2.3. Otras adquisiciones
- 9.5. Método de integración global. Parte IV
  - 9.5.1. Introducción
  - 9.5.2. Eliminaciones de partidas intragrupo y de resultados
  - 9.5.3. Operaciones intragrupo no financieras
- 9.6. Método de integración global. Parte V
  - 9.6.1. Introducción
  - 9.6.2. Eliminaciones no patrimoniales
  - 9.6.3. Operaciones intragrupo financieras
- 9.7. Procedimiento de puesta en equivalencia
  - 9.7.1. Introducción. Descripción del procedimiento
  - 9.7.2. Valoración en ejercicios posteriores mediante procedimiento de puesta en equivalencia
  - 9.7.3. Operaciones intragrupo entre sociedades puestas en equivalencia y empresas del grupo
  - 9.7.4. Modificación de la participación
  - 9.7.5. Deterioros de valor y pérdida de condición de multigrupo asociada
- 9.8. Método de integración proporcional
  - 9.8.1. Definición y criterios aplicables
  - 9.8.2. Aportaciones no dinerarias
  - 9.8.3. Negocios conjuntos mantenidos para la venta
  - 9.8.4. Otros
  - 9.8.5. Inversiones y desinversiones en entidades bajo control conjunto
  - 9.8.6. Participaciones previas a la consideración de multigrupo
  - 9.8.7. Pérdida de condición multigrupo
  - 9.8.8. Extinción de la relación de control conjunto

- 9.9. Otras normas aplicables a la consolidación
  - 9.9.1. Introducción
  - 9.9.2. Conversión de cuentas anuales en moneda extranjera (arts. 59 A 67)
  - 9.9.3. Otras normas aplicables a la consolidación
- 9.10. Cuentas anuales consolidadas
  - 9.10.1. Introducción
  - 9.10.2. Normas generales de las cuentas anuales consolidadas
  - 9.10.3. El balance de situación consolidado
  - 9.10.4. La cuenta de p y g consolidada
  - 9.10.5. Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado
  - 9.10.6. Estado de flujos de efectivo consolidado
  - 9.10.7. La memoria consolidada

## Módulo 10. Planificación financiero-contable para la toma de decisiones empresariales

- 10.1. La planificación económica-financiera en la empresa
  - 10.1.1. La importancia de la planificación económico-financiera
  - 10.1.2. Consideraciones generales sobre la estrategia empresarial
  - 10.1.3. El papel de los presupuestos en la planificación
  - 10.1.4. Centros de control de la empresa y de áreas de responsabilidad
- 10.2. Estructura y proceso presupuestario
  - 10.2.1. El presupuesto maestro de la empresa
    - 10.2.1.1. Presupuesto operativo
    - 10.2.1.2. Presupuesto de inversión/desinversión
  - 10.2.2. Presupuesto de tesorería
  - 10.2.3. Clasificación y técnicas de elaboración presupuestaria
    - 10.2.3.1. Presupuestos base cero
    - 10.2.3.2. Presupuestos basados en actividades
    - 10.2.3.3. Presupuestos flexibles
  - 10.2.4. Errores a evitar en el proceso presupuestario
- 10.3. Pasos para la elaboración de un presupuesto de explotación I
  - 10.3.1. Presupuesto de ingresos
  - 10.3.2. Presupuesto de producción
    - 10.3.2.1. Determinación de existencias
    - 10.3.2.2. Presupuesto de compras
    - 10.3.2.3. Mod
- 10.4. Pasos para la elaboración de un presupuesto de explotación II
  - 10.4.1. Presupuestos de distribución
  - 10.4.2. Presupuestos comerciales
  - 10.4.3. Presupuestos de gastos generales
- 10.5. El presupuesto de capital
  - 10.5.1. El presupuesto de capital desde la perspectiva contable
  - 10.5.2. Los empleos
  - 10.5.3. Gastos de inversión
  - 10.5.4. Necesidades netas de capital corriente
  - 10.5.5. Las amortizaciones financieras
  - 10.5.6. Los recursos financieros
  - 10.5.7. La autofinanciación
  - 10.5.8. La financiación externa
  - 10.5.9. Recursos extraordinarios
- 10.6. El presupuesto de tesorería
  - 10.6.1. Estado de flujos de efectivo de explotación
  - 10.6.2. Estado de flujos de efectivo de inversión/desinversión
  - 10.6.3. Estado de flujos de efectivo provenientes de actividades de financiación
- 10.7. La elaboración de los estados financieros provisionales
  - 10.7.1. La cuenta de pérdidas y ganancias provisional
  - 10.7.2. El balance previsional
  - 10.7.3. El estado de tesorería
- 10.8. Instrumentos y herramientas de análisis en el control presupuestario operativo
  - 10.8.1. El uso de presupuesto flexible para el cálculo de variaciones
  - 10.8.2. Cálculo de las variaciones para el volumen, precio y eficiencia de las partidas
  - 10.8.3. Cálculo de costes estándar y tasas presupuestadas

- 10.9. El control presupuestario de explotación a través de casos prácticos
  - 10.9.1. Desviaciones en el presupuesto de ventas
  - 10.9.2. Desviaciones en los costes directos
  - 10.9.3. Desviaciones en el presupuesto de costes indirectos
  - 10.9.4. Desviaciones en el presupuesto costes indirectos fijos
  - 10.9.5. Interpretación de las variaciones
- 10.10. El presupuesto de la empresa y el cuadro de mando integral
  - 10.10.1. Consideraciones generales sobre la estrategia empresarial
  - 10.10.2. ¿Qué es el cuadro de mando integral?
  - 10.10.3. Elaboración del CMI y principales indicadores

### Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 11.1. Globalización y Gobernanza
  - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
  - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
  - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. Liderazgo
  - 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
  - 11.2.2. Liderazgo en las empresas
  - 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
  - 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
  - 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
  - 11.3.3. Gestión de la Diversidad
- 11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
  - 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
  - 11.4.2. Concepto de Liderazgo
  - 11.4.3. Teorías del Liderazgo
  - 11.4.4. Estilos de Liderazgo
  - 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
  - 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad



- 11.5. Ética empresarial
  - 11.5.1. Ética y Moral
  - 11.5.2. Ética Empresarial
  - 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.6. Sostenibilidad
  - 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
  - 11.6.2. Agenda 2030
  - 11.6.3. Las empresas sostenibles
- 11.7. Responsabilidad Social de la Empresa
  - 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
  - 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
  - 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
  - 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
  - 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
  - 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
  - 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.9. Multinacionales y derechos humanos
  - 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
  - 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
  - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.10. Entorno legal y Corporate Governance
  - 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
  - 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
  - 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

## Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
  - 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
  - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
  - 12.2.1. Análisis del potencial
  - 12.2.2. Política de retribución
  - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
  - 12.3.1. La gestión del rendimiento
  - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
  - 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
  - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
  - 12.4.3. Fidelización y retención
  - 12.4.4. Proactividad e innovación
- 12.5. Motivación
  - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
  - 12.5.2. La teoría de las expectativas
  - 12.5.3. Teorías de las necesidades
  - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
  - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
  - 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
  - 12.7.1. Gestión del cambio
  - 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
  - 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.8. Negociación y gestión de conflictos
  - 12.8.1. Negociación
  - 12.8.2. Gestión de Conflictos
  - 12.8.3. Gestión de Crisis

- 12.9. Comunicación directiva
  - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
  - 12.9.2. Departamentos de Comunicación
  - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
  - 12.10.1. La productividad
  - 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

## Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- 13.1. Entorno Económico
  - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
  - 13.1.2. Instituciones financieras
  - 13.1.3. Mercados financieros
  - 13.1.4. Activos financieros
  - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad Directiva
  - 13.2.1. Conceptos básicos
  - 13.2.2. El Activo de la empresa
  - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
  - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
  - 13.2.5. La Cuenta de Resultados
- 13.3. Sistemas de información y Business Intelligence
  - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
  - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
  - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.4. Presupuesto y Control de Gestión
  - 13.4.1. El modelo presupuestario
  - 13.4.2. El Presupuesto de Capital
  - 13.4.3. El Presupuesto de Explotación
  - 13.4.4. El Presupuesto de Tesorería
  - 13.4.5. Seguimiento del Presupuesto

- 13.5. Dirección Financiera
  - 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
  - 13.5.2. El departamento financiero
  - 13.5.3. Excedentes de tesorería
  - 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
  - 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 13.6. Planificación Financiera
  - 13.6.1. Definición de la planificación financiera
  - 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
  - 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
  - 13.6.4. El cuadro Cash Flow
  - 13.6.5. El cuadro de circulante
- 13.7. Estrategia Financiera Corporativa
  - 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
  - 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.8. Financiación Estratégica
  - 13.8.1. La autofinanciación
  - 13.8.2. Ampliación de fondos propios
  - 13.8.3. Recursos Híbridos
  - 13.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.9. Análisis y planificación financiera
  - 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
  - 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
  - 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad
- 13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
  - 13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

## Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- 14.1. Dirección comercial
  - 14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
  - 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
  - 14.1.3. El rol de los directores comerciales
- 14.2. Marketing
  - 14.2.1. Concepto de Marketing
  - 14.2.2. Elementos básicos del marketing
  - 14.2.3. Actividades de marketing de la empresa
- 14.3. Gestión Estratégica del Marketing
  - 14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
  - 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
  - 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 14.4. Marketing digital y comercio electrónico
  - 14.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
  - 14.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
  - 14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
  - 14.4.4. Categorías del comercio electrónico
  - 14.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional
- 14.5. Marketing digital para reforzar la marca
  - 14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
  - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
  - 14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
  - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
  - 14.6.3. Hipersegmentación

- 14.7. Gestión de campañas digitales
  - 14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
  - 14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
  - 14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 14.8. Estrategia de ventas
  - 14.8.1. Estrategia de ventas
  - 14.8.2. Métodos de ventas
- 14.9. Comunicación Corporativa
  - 14.9.1. Concepto
  - 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
  - 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
  - 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
  - 14.9.5. Elementos de la comunicación
  - 14.9.6. Problemas de la comunicación
  - 14.9.7. Escenarios de la comunicación
- 14.10. Comunicación y reputación digital
  - 14.10.1. Reputación online
  - 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
  - 14.10.3. Herramientas de reputación online
  - 14.10.4. Informe de reputación online
  - 14.10.5. *Branding online*

## Módulo 15. *Management Directivo*

- 15.1. *General Management*
  - 15.1.1. Concepto de *General Management*
  - 15.1.2. La acción del Manager General
  - 15.1.3. El Director General y sus funciones
  - 15.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
  - 15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 15.3. Dirección de operaciones
  - 15.3.1. Importancia de la dirección
  - 15.3.2. La cadena de valor
  - 15.3.3. Gestión de calidad





- 15.4. Oratoria y formación de portavoces
  - 15.4.1. Comunicación interpersonal
  - 15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 15.4.3. Barreras en la comunicación
- 15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
  - 15.5.1. La comunicación interpersonal
  - 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
  - 15.5.3. La comunicación en la organización
  - 15.5.4. Herramientas en la organización
- 15.6. Comunicación en situaciones de crisis
  - 15.6.1. Crisis
  - 15.6.2. Fases de la crisis
  - 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 15.7. Preparación de un plan de crisis
  - 15.7.1. Análisis de posibles problemas
  - 15.7.2. Planificación
  - 15.7.3. Adecuación del personal
- 15.8. Inteligencia emocional
  - 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.9. Branding Personal
  - 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
  - 15.9.2. Leyes del branding personal
  - 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 15.10. Liderazgo y gestión de equipos
  - 15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 15.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
  - 15.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
  - 15.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

# 04

## Objetivos docentes

El presente Máster Título Propio MBA de TECH tiene como propósito principal preparar a los profesionales en la gestión estratégica de la contabilidad y las finanzas empresariales. A través de un enfoque innovador y global, este programa universitario impulsará a los egresados a desarrollar habilidades analíticas avanzadas, dominar normativas contables internacionales y optimizar la toma de decisiones en entornos financieros complejos. De esta manera, estarán listos para destacarse como expertos en la Dirección Contable (CAO, *Chief Accounting Officer*).



“

*Integrarás herramientas tecnológicas en los procesos contables, entre ellos, el análisis de datos y el uso de software especializado”*



## Objetivos generales

- Comprender el marco normativo contable nacional e internacional aplicable a la dirección financiera
- Diseñar políticas contables alineadas con la estrategia empresarial y los principios de transparencia
- Aplicar herramientas avanzadas para la elaboración, análisis y control de estados financieros
- Evaluar el impacto fiscal de las decisiones contables en la gestión empresarial
- Liderar procesos de consolidación contable en grupos empresariales complejos
- Supervisar la implementación de sistemas de control interno y auditoría contable
- Integrar la contabilidad financiera con la gestión estratégica de la organización
- Optimizar la planificación financiera mediante presupuestos, previsiones y análisis de costes
- Interpretar indicadores económicos-financieros para apoyar la toma de decisiones corporativas
- Coordinar equipos contables y financieros con liderazgo ético y orientación a resultados
- Gestionar relaciones con auditores externos, organismos reguladores y entidades financieras
- Utilizar tecnologías digitales y sistemas ERP para mejorar la eficiencia en la función contable





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Contabilidad avanzada I

- ♦ Analizar la constitución de sociedades, incluyendo el capital social, aportaciones dinerarias y no dinerarias, y las diferentes formas de constitución
- ♦ Examinar el concepto de autocartera y sus implicaciones contables, abordando la adquisición, enajenación y amortización de acciones propias

### Módulo 2. Contabilidad de gestión para la toma de decisiones

- ♦ Diferenciar entre contabilidad analítica y financiera, comprendiendo sus objetivos, usuarios y aplicaciones en la toma de decisiones empresariales
- ♦ Analizar los costos de producción, su acumulación y clasificación, y la influencia de los costos indirectos en la rentabilidad

### Módulo 3. Contabilidad avanzada II

- ♦ Examinar las combinaciones de negocios, como fusiones y escisiones, y su impacto en los estados contables
- ♦ Analizar el procedimiento concursal y su tratamiento contable en situaciones de insolvencia empresarial

### Módulo 4. Contabilidad y fiscalidad

- ♦ Aplicar el Plan General de Contabilidad en la elaboración de estados financieros y el cumplimiento normativo
- ♦ Evaluar el impacto del Impuesto sobre el Valor Añadido y el Impuesto sobre Sociedades en la contabilidad de las empresas

#### **Módulo 5. Análisis de estados económico-financieros**

- ♦ Interpretar la información contable contenida en los estados financieros, como el balance, la cuenta de resultados y los flujos de efectivo
- ♦ Aplicar técnicas de análisis financiero para evaluar la solvencia, liquidez y rentabilidad empresarial

#### **Módulo 6. Normativa internacional**

- ♦ Comprender la arquitectura contable internacional y el marco conceptual de las Normas Internacionales de Información Financiera
- ♦ Analizar la presentación de estados financieros según las NIIF, incluyendo estados de flujo de efectivo e inventarios

#### **Módulo 7. Análisis y gestión de instrumentos financieros**

- ♦ Explorar la estructura del sistema financiero y sus componentes, incluyendo instituciones, mercados y activos financieros
- ♦ Analizar la operativa de instrumentos de renta fija y variable, como bonos, obligaciones y acciones

#### **Módulo 8. Combinaciones de negocios y valoración de empresas**

- ♦ Examinar el impacto de las fusiones y adquisiciones en la estructura financiera y estratégica de las empresas
- ♦ Identificar los factores clave en la valoración de activos intangibles, como la marca y otros intangibles estratégicos

#### **Módulo 9. Consolidación de estados financieros**

- ♦ Analizar la consolidación contable, su normativa y los métodos de integración aplicables en grupos empresariales
- ♦ Aplicar técnicas de homogeneización, eliminación y agregación en la formulación de cuentas consolidadas

#### **Módulo 10. Planificación financiero-contable para la toma de decisiones empresariales**

- ♦ Diseñar estrategias de planificación financiera a través de presupuestos operativos, de inversión y de tesorería
- ♦ Aplicar modelos de planificación financiera para la toma de decisiones estratégicas en entornos empresariales

#### **Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas**

- ♦ Evaluar la importancia de la ética empresarial y la sostenibilidad en la toma de decisiones corporativas
- ♦ Diseñar estrategias de responsabilidad social corporativa alineadas con las normativas internacionales y la Agenda 2030

#### **Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento**

- ♦ Aplicar estrategias de gestión de talento y desarrollo directivo en el ámbito empresarial
- ♦ Implementar metodologías para la atracción, retención y activación del talento en entornos corporativos



#### **Módulo 13. Dirección Económico-Financiera**

- ♦ Analizar el entorno macroeconómico y su relación con la gestión financiera empresarial
- ♦ Implementar estrategias de planificación financiera y control de gestión en la dirección financiera

#### **Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico**

- ♦ Diseñar estrategias de marketing digital y comercial para la captación y fidelización de clientes
- ♦ Evaluar la comunicación corporativa y la gestión de la reputación digital en entornos empresariales

#### **Módulo 15. Management Directivo**

- ♦ Analizar el rol del director general y sus funciones en la transformación empresarial
- ♦ Implementar estrategias de liderazgo, branding personal y comunicación organizacional

05

# Salidas profesionales

Una vez finalizado este Máster Título Propio, los profesionales se encontrarán en una posición privilegiada para liderar el área contable y financiera de organizaciones nacionales e internacionales. Gracias a la combinación de conocimientos técnicos avanzados, visión estratégica y habilidades de liderazgo, estarán preparados para asumir cargos de alta responsabilidad dentro del entorno empresarial. Asimismo, este programa universitario brindará las herramientas necesarias para ocupar puestos como *Chief Accounting Officer*, Director de Contabilidad, *Controller* Financiero, Auditor Interno, o Responsable de Consolidación de Grupos Empresariales, entre otros.



Thank you for your business

“

*Dominarás estrategias avanzadas de contabilidad y liderazgo financiero para ejercer con excelencia en la Dirección Contable, garantizando el éxito empresarial”*

### Perfil del egresado

El egresado de esta titulación universitaria será un profesional altamente capacitado con las habilidades necesarias para analizar estados financieros, aplicar normativas internacionales y diseñar estrategias contables eficientes. Además, contará con una visión global y estratégica que le permitirá optimizar la toma de decisiones y mejorar la rentabilidad empresarial. En definitiva, el perfil de este experto lo posicionará como un líder en su campo, capaz de asumir responsabilidades directivas y enfrentar los desafíos financieros con solvencia y precisión.

*Podrás ejercer como Chief Accounting Officer, aplicando estrategias innovadoras para optimizar la gestión contable y financiera en cualquier empresa.*

- ♦ **Gestión estratégica contable:** dirigir la planificación y control financiero de empresas en entornos nacionales e internacionales
- ♦ **Análisis financiero avanzado:** dominar herramientas para evaluar riesgos, optimizar inversiones y garantizar la estabilidad económica de la organización
- ♦ **Cumplimiento normativo:** comprender las normativas contables y fiscales, asegurando el cumplimiento de los estándares internacionales
- ♦ **Liderazgo y toma de decisiones:** gestionar equipos y aplicar estrategias que maximicen la eficiencia operativa y financiera



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

- 1. Chief Accounting Officer:** director contable y financiero de la empresa, garantizando la precisión de los estados financieros, el cumplimiento normativo y la optimización de la gestión fiscal.
- 2. Director de Contabilidad Estratégica:** líder de la planificación contable en organizaciones multinacionales, asegurando la alineación con normativas internacionales y optimización fiscal.
- 3. Consultor en Normativa Internacional:** responsable de la aplicación de Normas Internacionales de Información Financiera, ayudando a empresas a adaptarse a los cambios regulatorios y optimizar su contabilidad global.
- 4. Analista de Riesgos Financieros y Auditoría:** encargado del análisis de estados financieros y control de riesgos contables, asegurando la transparencia en la gestión financiera y evitando fraudes o irregularidades.
- 5. Director de Planificación Financiera y Contable:** líder en la toma de decisiones estratégicas basadas en el análisis de datos financieros, con el objetivo de mejorar la rentabilidad y optimización de recursos.
- 6. Consultor en Fusiones y Adquisiciones:** encargado de la valoración financiera y contable de empresas en procesos de compra o fusión, asegurando la viabilidad económica y fiscal de la operación.
- 7. Gerente de Control y Auditoría Interna:** supervisor y auditor de los estados financieros de la empresa, garantizando la transparencia y cumplimiento de las regulaciones.
- 8. Analista y Gestor de Instrumentos Financieros:** encargado de evaluar inversiones, gestionar instrumentos financieros y asesorar en la toma de decisiones económicas estratégicas.
- 9. Líder de Innovación en Finanzas Digitales:** responsable de la implementación de tecnologías financieras y contables, como inteligencia artificial y automatización, para optimizar la gestión financiera.
- 10. Consultor en Planificación Tributaria Internacional:** asesor especializado en estrategias fiscales y tributarias para empresas con operaciones globales, minimizando riesgos y mejorando la eficiencia impositiva.



*Te convertirás en un líder en Dirección Contable y gestión financiera, aplicando estrategias innovadoras para optimizar la rentabilidad y transparencia de las empresas”*

06

# Metodología de estudio

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

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



“

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

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



## Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

## Case studies o Método del caso

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

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

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



## Método Relearning

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

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

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

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



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



#### Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

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



#### Resúmenes interactivos

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

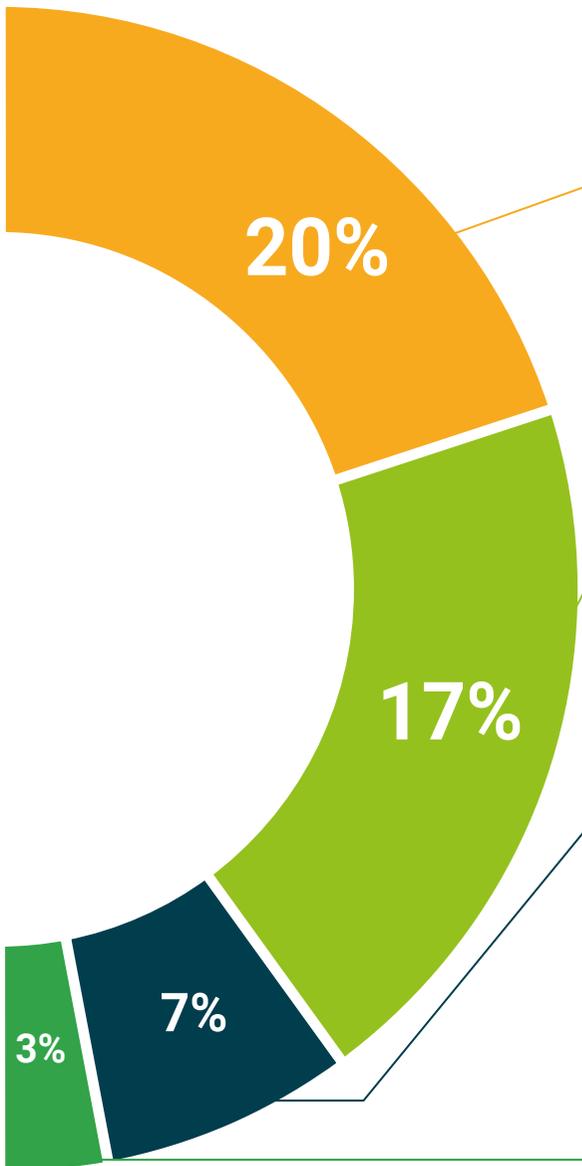
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

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





#### Case Studies

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



#### Testing & Retesting

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



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

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



07

# Cuadro docente

Uno de los pilares fundamentales de este Máster Título Propio MBA es su prestigioso cuadro docente. Formado por profesionales en activo y académicos de reconocido prestigio, este equipo combina la excelencia académica con una amplia experiencia práctica en los ámbitos de la contabilidad, las finanzas corporativas y la dirección estratégica. Gracias a esta diversidad de perfiles, el alumnado accederá a una preparación profundamente conectada con la realidad empresarial actual. Así, los docentes no solo transmiten conocimientos técnicos, sino que también comparten casos reales, retos contemporáneos y soluciones innovadoras aplicadas en empresas líderes a nivel internacional.



“

*Disfrutarás de una titulación universitaria diseñada por expertos de referencia en el campo de la Dirección Contable”*

## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



## Dña. Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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



## D. Gauthier, Rick

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arman, Romi

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



## D. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Gram, Mick

---

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

“

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

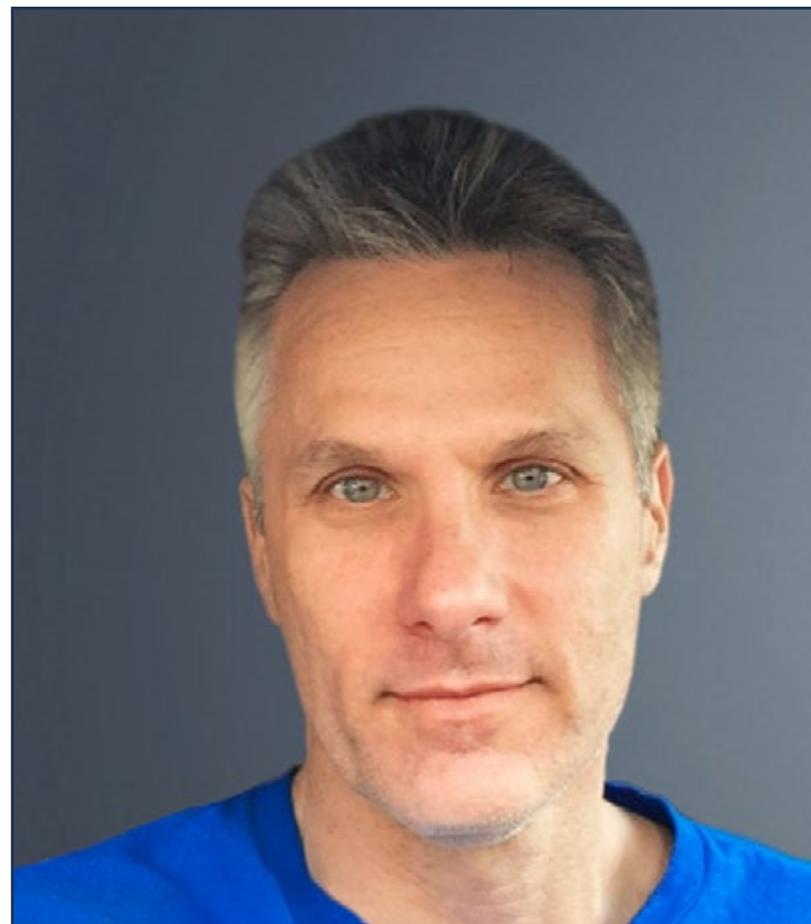
## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



## Dña. Thole-Muir, Wendy

---

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

“

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

## Dirección



### Dra. Pérez Estébanez, Raquel

- ♦ Investigadora en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Investigadora de la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Doctora en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid

## Profesores

### Dña. Bolinaga Jalón, Sara

- ♦ Especialista en Auditoría y Contabilidad
- ♦ Técnica Contable en Conservas V. Jalón
- ♦ Técnica de Mercado Internacionales en la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Varsovia
- ♦ Abogada en Materia Compliance en Deloitte
- ♦ Investigadora con publicaciones sobre estudios de mercado
- ♦ Doble Licenciatura en Derecho y Administración de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en Dirección Económica Financiera por la Universidad a Distancia de Madrid

### D. Campuzano Vallés, Manuel

- ♦ Asesor de Empresas en el Área Financiera
- ♦ Colaborador Externo en el Área de Consultoría y Formación de IECE
- ♦ Asesor en Departamentos Financieros como Mobil Oil SA, Amstrad España SA, Frinat SA, IECE SA
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Censor Jurado de Cuentas y miembro del ROAC
- ♦ Docente del Área Financiera en la EAE Business School
- ♦ Profesor asociado de Contabilidad Analítica y Contabilidad Financiera en la Universidad Complutense de Madrid

**Dr. López Domínguez, Ignacio**

- ♦ Investigador Especializado en Administración Financiera y Contabilidad
- ♦ Docente en estudios universitarios sobre Administración Financiera y Contabilidad
- ♦ Autor y coautor de numerosas publicaciones sobre su especialidad
- ♦ Colaborador habitual en diversos medios de comunicación
- ♦ Ponente asiduo en conferencias sobre temas financieros
- ♦ Doctor y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid

**Dr. López Gómez, Miguel Ángel**

- ♦ Experto Consultor Financiero
- ♦ CEO de la consultora Emacal. Alicante
- ♦ Consultor Financiero del Banco Santander, de Intermoney, de Citigroup, TechRules y SIAG
- ♦ Subdirector del Colegio Mayor y la Residencia Antonio Machado de la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Docente de Cursos de Formación para el Banco Sabadell, Caja de Ahorros del Mediterráneo, Banco Cooperativo, Banco Pastor, etc.
- ♦ Doctorado en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Doctorado en Gestión Empresarial por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alicante

**D. Martínez Laguna, Luis**

- ♦ Especialista en Ciencias Económicas y Empresariales, e Investigación Comercial
- ♦ Docente Especializado en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Doctor en Contabilidad y Auditoría

**Dña. Vico Román, Noelia**

- ♦ Especialista en Economía y Empresas
- ♦ Docente de ciclos formativos de grado medio y superior de Administración de Empresas en la Comunidad de Madrid
- ♦ Profesora Asociada del Departamento de Economía de la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Licenciada en Administración de Empresas, Especialidad en Contabilidad y Auditoría por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Diplomada en Ciencias Empresariales, Especialidad en Contabilidad y Análisis Financiero por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster en Formación al Profesorado de Secundaria por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Master en Inteligencia Emocional en las distintas etapas educativas
- ♦ Técnico Especialista en Administración

**Dr. Martínez de Silva, Alberto**

- ♦ Especialista en Ciencias Económicas y Empresariales
- ♦ Director de Control de Gestión en Telefónica España
- ♦ Gerente de Negocio Mayorista en Telefónica Internacional
- ♦ Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Postgrado en Desarrollo Directivo por la Universidad de Navarra

08

# Titulación

El MBA en Dirección de Marketing (CMO, Chief Marketing Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

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

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

TECH es miembro de la **Business Graduates Association (BGA)**, la 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.

TECH es miembro de:

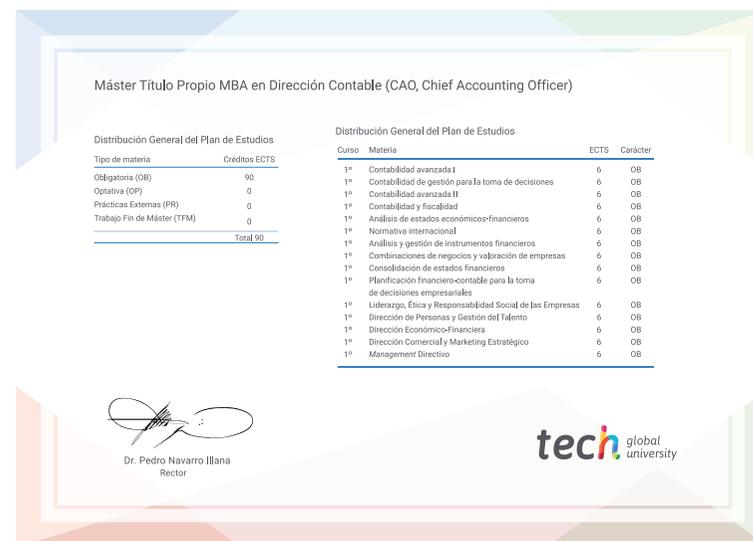


Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



**Máster Título Propio**  
MBA en Dirección Contable  
(CAO, Chief Accounting Officer)

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección Contable (CAO, Chief Accounting Officer)

Business Graduates  
Association



**tech** global  
university