



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

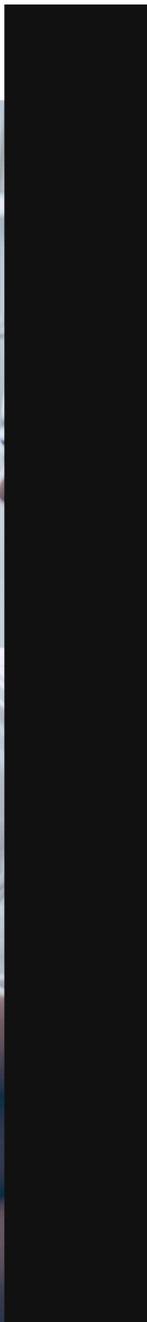


Structuralia
Engineering eLearning



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA

Máster en Gestión Empresarial + 60 Créditos ECTS





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
Structuralia

2 | Universidad

3 | Rankings

4 | By EDUCA
EDTECH Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir
Structuralia

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS STRUCTURALIA

Structuralia es una **institución educativa online de posgrados de alta especialización** en ingeniería, infraestructuras, construcción, energía, edificación, transformación digital y nuevas tecnologías. Desde nuestra fundación en 2001, estamos comprometidos con la formación de calidad para el desarrollo profesional de **ingenieros, arquitectos y profesionales del sector STEM**.

Ofrecemos una plataforma donde poder adquirir nuevas habilidades y actualizarse sin límites de tiempo o espacio. Gracias a nuestra metodología proporcionamos a nuestros estudiantes una **experiencia educativa comprometida** interactiva y de apoyo para que puedan enfrentarse a los desafíos del futuro en sus respectivos campos de trabajo.

Más de

20

años de
experiencia

Más de

200k

estudiantes
formados

Más de

90

nacionalidades entre
nuestro alumnado

[Ver en la web](#)



Structuralia
Engineering eLearning



Especialízate para
avanzar en tu **carrera profesional**

ALIANZAS STRUCTURALIA Y UNIVERSIDAD UCAM

Structuralia y la Universidad Católica de Murcia cierran una colaboración de forma exitosa. De esta forma, Structuralia y la Universidad Católica de Murcia apuestan por un aprendizaje colaborativo, innovador y diferente, al alcance de todos y adaptado al alumnado.

Además, ambas instituciones educativas apuestan por una educación práctica, que promueva el crecimiento personal y profesional del alumno/a. Todo con el fin de interiorizar nuevos conocimientos de forma dinámica y didáctica, favoreciendo su retención y adquiriendo las capacidades para adaptarse a una sociedad global en permanente cambio.

La democratización de la educación es uno de los objetivos de Structuralia y la Universidad Católica de Murcia, ya que ambas instituciones apuestan por llevar la educación a los rincones más remotos del mundo, aprovechando las innovaciones a nivel tecnológico. Además, gracias al equipo de docentes especializados, se ofrece un acompañamiento tutorizado a lo largo de la formación.



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA



Structuralia
Engineering eLearning



[Ver en la web](#)



Structuralia
Engineering eLearning

RANKINGS DE STRUCTURALIA

Structuralia ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Structuralia es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas

**PROPIOS
UNIVERSITARIOS**

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR STRUCTURALIA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **20 años de experiencia**.
- ✓ Más de **200.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales.
- ✓ Más de **90 nacionalidades** entre nuestro alumnado.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Structuralia cuenta con un equipo humano formado por más **550 profesionales que trabajan en el sector STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics)**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Structuralia cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web



Structuralia
Engineering eLearning

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social de España.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



Máster en Gestión Empresarial + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN
1500 horas



MODALIDAD ONLINE



ACOMPañAMIENTO PERSONALIZADO



CREDITOS
60 ECTS

Titulación

Titulación Universitaria de Máster de Formación Permanente en Gestión Empresarial con 1500 horas y 60 créditos ECTS por la Universidad Católica de Murcia



Structuralia
como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

Nombre del Alumno
con D.N.I. XXXXXXXXB ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa
de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de STRUCTURALIA en la convocatoria de 2023
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EDUN/2019-7349-809852

Con una calificación de **NOTABLE**
Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en Granada, a 11 de Noviembre de 2023

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión Europea, el Consejo Europeo y el Comité de la UNESCO (Plan de Reconocimiento)

Ver en la web

Descripción

El Máster en Gestión Empresarial te ofrece una oportunidad única para desarrollar habilidades esenciales en un entorno empresarial en constante evolución. En un momento donde la responsabilidad social empresarial y la gestión responsable de los recursos humanos son cruciales, adquirirás competencias valiosas en diversidad, igualdad y branding de talento. Además, te sumergirás en la gestión financiera, aprendiendo a manejar balances, cuentas y estrategias de inversión, áreas de gran demanda laboral. Con un enfoque en compras responsables y sostenibles, así como en la gestión de clientes y operaciones logísticas, estarás preparado para liderar con eficacia en el mercado global. Este máster online te permitirá acceder a un aprendizaje flexible y de calidad, adaptado a las necesidades actuales del sector. Conviértete en el profesional que las empresas buscan hoy en día.

Objetivos

- Desarrollar estrategias de RSC para mejorar la imagen corporativa.
- Implementar políticas para fomentar la igualdad y diversidad en RRHH.
- Analizar balances para tomar decisiones financieras acertadas.
- Diseñar procesos de compra responsables y sostenibles.
- Aplicar técnicas avanzadas de venta para fidelizar clientes.
- Evaluar la experiencia del cliente en contextos de RSC.
- Optimizar la logística para una mejor gestión de operaciones.

Para qué te prepara

El Máster en Gestión Empresarial está diseñado para profesionales y titulados del ámbito empresarial que buscan profundizar en áreas como la responsabilidad social corporativa, gestión financiera, logística, comercio internacional y calidad. Es ideal para quienes desean actualizar sus habilidades en gestión responsable de recursos humanos, análisis financiero, estrategias de ventas y sostenibilidad empresarial.

A quién va dirigido

Este máster te prepara para liderar con eficacia en entornos empresariales diversos y dinámicos. Desarrollarás competencias clave en responsabilidad social, gestión de recursos humanos y finanzas, esenciales para tomar decisiones estratégicas y sostenibles. Aprenderás a optimizar la cadena de suministro, implementar técnicas avanzadas de ventas y marketing, y gestionar la calidad y operaciones a nivel internacional. Además, te capacitarás para enfrentar desafíos en el comercio global, asegurando la sostenibilidad y el éxito organizacional.

[Ver en la web](#)

Salidas laborales

- Consultor en responsabilidad social empresarial - Gerente de recursos humanos - Especialista en employer branding - Analista financiero - Director de compras responsables - Jefe de ventas - Experto en marketing digital - Gestor de sostenibilidad - Coordinador de logística - Asesor en comercio internacional - Responsable de calidad y aseguramiento

[Ver en la web](#)



Structuralia
Engineering eLearning

TEMARIO

MÓDULO 1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA GESTIÓN RESPONSABLE DE PERSONAS EMPLEADAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN RESPONSABLE DE RRHH

1. Introducción
2. Políticas internas y sistematización
3. Iniciativas de referencia
4. Información y negociación
5. Evaluación de riesgos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIVERSIDAD E IGUALDAD

1. Diversidad e igualdad
2. Acoso
3. Grupos vulnerables y exclusión social
4. Discapacidad
5. Comunicación y lenguaje

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EMPLOYER BRANDING & TALENT

1. Selección y contratación
2. Conciliación
3. Desarrollo de competencias
4. Evaluación del desempeño
5. Seguridad y salud laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RSC: INICIATIVAS CON LOS EMPLEADOS

1. Beneficios sociales
2. Empresa saludable
3. Voluntariado
4. Empresa familiar
5. Sensibilización

MÓDULO 2. GESTIÓN FINANCIERA EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA LÓGICA CONTABLE Y EL BALANCE DE SITUACIÓN

1. La lógica contable
2. El Balance de Situación
3. El Libro Diario y el Libro Mayor
4. Principios contables
5. Los asientos contables de balance más comunes (I)
6. Los asientos contables de balance más comunes (II)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

1. Ingresos y gastos
2. La cuenta de pérdidas y ganancias
3. Los asientos contables de ingresos y gastos más comunes (I)
4. Los asientos contables de ingresos y gastos más comunes (II)
5. La Cuenta de Cash Flow

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LAS CUENTAS ANUALES Y ESTRATEGIA FINANCIERA

1. Análisis de la evolución del Balance de Situación
2. Estrategia para asegurar la liquidez
3. Estrategia para asegurar la solvencia
4. Apalancamiento y Rentabilidad Financiera
5. Análisis a través de ratios económicos y financiero

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN EMPRESARIAL Y DECISIONES DE INVERSIÓN

1. El sistema financiero
2. Matemática financiera
3. Decisiones de Inversión. El VAN
4. Decisiones de inversión. La TIR

MÓDULO 3. GESTIÓN DE COMPRAS Y APROVISIONAMIENTOS RESPONSABLE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS Y ASPECTOS INTEGRANTES DE LAS COMPRAS Y LOS APROVISIONAMIENTOS

1. Fundamentos, términos y aspectos asociados a las compras y a los aprovisionamientos
2. Estructura y organización en la gestión de compras y aprovisionamientos
3. Procesos en la gestión de las compras y de los aprovisionamientos
4. Normativas y códigos en la gestión de compras y aprovisionamientos
5. Riesgos de las compras y aprovisionamientos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE PROVEEDORES Y DE LA CADENA DE SUMINISTRO: 'SUPPLY CHAIN'

1. Gestión de los proveedores y de las relaciones con los mismos
2. Diseño de los marcos de relacionamiento y del diálogo con proveedores
3. Cadena de suministro
4. Control responsable y sostenible de la cadena de suministro
5. Subcontratación de proveedores y contenidos básicos de una legislación tipo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPRAS RESPONSABLES Y SOSTENIBLES

1. La gestión de las compras y aprovisionamientos como función empresarial
2. El sistema de gestión de las compras sostenibles según la ISO 20400:2017 (I)
3. El sistema de gestión de las compras sostenibles según la ISO 20400:2017 (II)
4. Impacto de las compras en los Objetivos de Desarrollo Sostenible
5. La gestión de las compras en la ISO 26000:2010 Guía de responsabilidad social

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONCEPTOS Y TIPOS PRINCIPALES DE COMPRAS RESPONSABLES Y SOSTENIBLES

1. Gestión tradicional de las compras
2. Gestión actual de las compras
3. Compras responsables y sostenibles
4. Tipos de compras responsables y sostenibles
5. Compras públicas sostenibles

MÓDULO 4. GESTIÓN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Estructura del entorno comercial
2. Fórmulas y formatos comerciales
3. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial
4. Estructura y proceso comercial en la empresa
5. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales
6. Normativa general sobre comercio
7. Derechos del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional
2. Organización del trabajo del vendedor profesional
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

1. Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2. Estilos de mando y liderazgo.
3. Las funciones de un líder.
4. La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5. El líder como mentor.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta.
2. Fases del proceso de venta.
3. Preparación de la venta.
4. Aproximación al cliente.
5. Análisis del producto/servicio.
6. El argumentario de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio.
2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
3. Argumentación comercial.

4. Técnicas para la refutación de objeciones.
5. Técnicas de persuasión a la compra.
6. Ventas cruzadas.
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.
8. Técnicas de comunicación no presenciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales.
2. Estrategias de fidelización.
3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.
4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta.
2. Gestión de quejas y reclamaciones.
3. Resolución de reclamaciones.
4. Respuestas y usos habituales en el sector comercial.
5. Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento.
6. Juntas arbitrales de consumo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet.
2. Utilidades de los sistemas «on line».
3. Modelos de comercio a través de Internet.
4. Servidores «on line».

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1. El internauta como cliente potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3. Tiendas virtuales.
4. Medios de pago en Internet.
5. Conflictos y reclamaciones de clientes.
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING.

1. Fases del plan de marketing:
 1. - Diseño.
 2. - Implementación.
 3. - Control.
 4. - Mejora Continua.
2. Negociación del plan de marketing en la empresa.
 1. - Formulación de la estrategia de marketing.
 2. - Definición de objetivos.
 3. - Modelos de organización empresarial e implantación del plan.
3. Recursos económicos para el plan de marketing.

1. - El presupuesto del plan de marketing.
2. - Cálculo de desviaciones de gastos.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING.

1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing.
 1. - Control del plan anual.
 2. - Control de rentabilidad.
 3. - Control de eficiencia.
 4. - Control estratégico.
2. Ratios de control del plan de marketing.
 1. - Beneficios.
 2. - Rentabilidad y participación en el mercado.
3. Análisis de retorno del plan de marketing.
 1. - Criterios a considerar.
4. Elaboración de informes de seguimiento.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Concepto de marketing en el punto de venta:
 1. - Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta.
 2. - Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones.
2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta:
 1. - Análisis del consumidor en el punto de venta.
3. Análisis del punto de venta:
 1. - Superficie de venta: espacio y lineales.
 2. - Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta.
4. Gestión del surtido:
 1. - Conceptos de surtido.
 2. - Amplitud y profundidad del surtido.
 3. - Planogramas.
5. Animación del punto de venta:
 1. - Publicidad en el punto de venta (PLV): carteles.
 2. - El escaparate.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. MARKETING PROMOCIONAL.

1. Concepto y fines de la promoción:
 1. - Instrumentos de la promoción.
 2. - Objetivos de las acciones promocionales.
 3. - Tipos de promociones.
2. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2×1, 3×2, otras.
3. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento:
 1. - Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores.
4. Promociones especiales.
5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
6. Acciones de marketing directo:
 1. - Posibilidades y características.
 2. - Evaluación y criterios de clasificación de clientes potenciales.

3. - Legislación sobre protección de datos.
7. Acciones de promoción «on line»:
 1. - Internet como canal de información y comunicación de la empresa.
 2. - Herramientas de promoción «on line», sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

UNIDAD DIDÁCTICA 14. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES.

1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional:
 1. - Concepto de eficacia y eficiencia.
 2. - Indicadores para la evaluación de la eficacia y eficiencia de las acciones de marketing y promociones.
2. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
 1. - margen bruto.
 2. - tasa de marca.
 3. - stock medio.
 4. - rotación de stock.
 5. - rentabilidad bruta.
3. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
4. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo.
 1. - Cronograma de la promoción e implantación de productos.
5. Informes de seguimiento de promociones comerciales:
 1. - Resultados.
 2. - Medidas correctoras de las desviaciones.

MÓDULO 5. GESTIÓN DE LOS CLIENTES, USUARIOS Y CONSUMIDORES EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS Y ALCANCE

1. Introducción. Conceptos y alcance. El cliente como stakeholders
2. Nuevos paradigmas en la RSC
3. Políticas internas y evaluación de riesgos
4. Los clientes en los estándares y sistemática
5. Áreas de trabajo y buenas prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN RSC PARA EL CLIENTE, EL USUARIO Y EL CONSUMIDOR

1. La gestión de la calidad
2. Procesos de gestión de la calidad
3. Modelos de gestión de la calidad
4. Productos y servicios seguros, saludables, adaptados e inclusivos
5. La información y comunicación responsable

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIÁLOGO CON CLIENTES, USUARIO Y CONSUMIDORES. EXPERIENCIA DEL CLIENTE

1. Razones y alcances del diálogo con clientes, usuarios y consumidores

2. Herramientas para el diálogo con clientes, usuarios y consumidores
3. El concepto experiencia del cliente (customer experience) y su relación con la RSC
4. Metodologías para la implantación del customer experience
5. Buenas prácticas y programas específicos del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOSTENIBILIDAD EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Del consumo consciente al consumo responsable
2. Economía colaborativa
3. Ciudades sostenibles : Economía circular y renaturalización de la ciudad
4. Ciudades sostenibles: movilidad sostenible
5. Construcción sostenible

MÓDULO 6. LOGÍSTICA Y DIRECCIÓN DE OPERACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES

1. Concepto y Contexto de la Dirección de Operaciones
2. Evolución de la Dirección de Operaciones
3. Planificación Operativa y Planificación Empresarial
4. La Dirección de Operaciones y el Subsistema Operativo
5. Objetivos de la Dirección de Operaciones
6. Tipos de estrategias de operaciones
7. Plan estratégico de operaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PREVISIÓN DE LA DEMANDA

1. La Previsión de la Demanda y el Espacio Temporal
2. El Ciclo de Vida del Producto
3. Tipología de Previsiones de la Demanda
4. Objetivos y Etapas de la Previsión de la Demanda
5. Métodos de Previsión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUESTIONES ESTRATÉGICAS: LA PRODUCCIÓN

1. Estructura Organizativa de la Producción
2. Tipos de Modelos Productivos
3. Producción Orientada al Proceso
4. Producción Orientada al Producto
5. Producción Bajo Pedido
6. Producción de Planta y Multiplanta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUESTIONES ESTRATÉGICAS II: DISEÑO DE PROCESOS Y PRODUCTOS

1. Diseño eficaz
2. Diseño y desarrollo de nuevos productos
3. Procesos de Configuración en Línea
4. Procesos de Configuración Job-Shop
5. Procesos de configuración Continua
6. La tecnología

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUESTIONES TÁCTICAS: GESTIÓN DE INVENTARIOS Y DE LA CADENA DE SUMINISTROS

1. Inventarios de Demanda independiente
2. Inventarios de Demanda dependiente (MRP)
3. Sistemas Just in Time
4. La Gestión de Operaciones y la Cadena de Suministro
5. Visión Estratégica de la Cadena de Suministro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CUESTIONES TÁCTICAS II: PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS

1. Introducción a la Gestión de Proyectos
2. Dirección en la Ejecución de proyectos
3. Habilidades, competencias y conocimientos para la dirección de proyectos
4. Conceptos y organización en la dirección de proyectos
5. Procesos de Inicio, Planificación, Ejecución, Control y Cierre Interacción

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOGÍSTICA EMPRESARIAL

1. Introducción a la logística
2. El flujo de bienes y servicios
3. Servicio al cliente y logística
4. Logística, integración y estrategia
5. El sistema logístico
6. Internacionalización de la empresa
7. Optimización de la corriente de bienes y servicios
8. Documentación de la logística

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ALMACÉN EN LA CADENA LOGÍSTICA

1. El almacén en la cadena logística: Introducción
2. Funciones del almacén
3. Principales áreas del almacén
4. Tipos de almacenes
5. Regímenes de almacenamiento comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. APROVISIONAMIENTO COMERCIAL

1. Logística de aprovisionamiento
2. El proceso de aprovisionamiento
3. Métodos de aprovisionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LAS MERCANCÍAS

1. Las mercancías: características
2. Envasados usuales
3. Selección, clasificación y manipulación de las mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN DE TRANSPORTE

1. Preparación del plan de transporte
2. La planificación de la ruta y de la actividad
3. Restricciones a la circulación

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CARGA Y DESCARGA

1. Elementos de carga y descarga de los vehículos de transporte de mercancías
2. Cálculo de la carga útil de un vehículo o de un conjunto de vehículos; cálculo del volumen útil
3. Tipos de embalaje y apoyos de la carga
4. Principales tipos de mercancías que requieren estiba; técnicas de calce y estiba; utilización de correas de estiba; verificación de los dispositivos de estiba
5. Utilización de los medios de manipulación; entoldado y desentoldado

UNIDAD DIDÁCTICA 13. OPERATIVA DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL

1. Operativa del transporte internacional
2. Marco regulador del transporte internacional
3. Obligaciones derivadas de la convención CMR
4. El transporte a terceros países
5. Servicios de transporte internacional
6. Convenios y acuerdos bilaterales y multilaterales
7. Operador de transporte
8. Agencias de viaje: transportes turísticos y discrecionales
9. Autorizaciones de transporte internacional
10. El contrato de transporte. Responsabilidades y derechos de las partes. La convención CMR
11. El tránsito aduanero
12. Documentos del Transporte Internacional

MÓDULO 7. COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción
2. Recorrido histórico
3. Ventajas del Comercio Internacional
4. Operaciones del Comercio Internacional
5. Elementos que componen el Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
2. El empresario social
3. Las sociedades en España y en el extranjero
4. Cooperación y concentración entre sociedades
5. Incidencias en el derecho comunitario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Las organizaciones internacionales

2. Los organismos especializados de las Naciones Unidas
3. Organizaciones Internacionales de ámbito regional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR

1. Marco normativo general del comercio exterior en España
2. Influencias de las disposiciones de la Unión Europea
3. Política comercial multilateral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

1. La contratación internacional
2. Los principios sobre los contratos internacionales
3. Concepto, elementos y clasificación del contrato internacional
4. Formación del contrato
5. Cumplimiento del contrato
6. Cláusulas contractuales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DETERMINACIÓN DEL RÉGIMEN JURÍDICO

1. Ley aplicable al contrato internacional
2. El Convenio de Roma de 1980 y el Reglamento de Roma I
3. La Ley reguladora del contrato internacional al amparo del Reglamento de Roma I
4. Acción de las normas imperativas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. La compraventa internacional
2. Libertades comunitarias: la libre circulación de mercancías
3. La Lex Mercatoria
4. La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional
5. Los INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BIENES INMATERIALES Y DERECHO DE LA COMPETENCIA

1. Propiedad industrial
2. Propiedad intelectual
3. Competencia desleal
4. Derecho de defensa de la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISTINTAS MODALIDADES DE CONTRATO

1. Contratos de intermediación comercial
2. El transporte internacional
3. Contratos de financiación
4. Contratos de seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

1. Introducción

2. Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago
3. El cheque
4. Transferencias bancarias
5. Orden de pago documentaria
6. Créditos documentarios
7. Remesa documentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 11. VÍAS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

1. Controversias en el ámbito del comercio internacional
2. Vías de jurisdicción estatal
3. El arbitraje internacional
4. Compatibilidad entre arbitraje y la vía judicial

MÓDULO 8. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD. ASEGURAMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS DE CALIDAD

1. Introducción
2. Política de calidad
3. Desarrollo del análisis de contexto
4. Procesos y procedimientos
5. Identificación de riesgos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. Definición de responsabilidad y objetivos
2. Determinación de planes y programas
3. Gestión de recursos humanos
4. Gestión de recursos materiales
5. Gestión de recursos externos (proveedores)
6. Gestión de recursos externos (Compras)

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CALIDAD

1. Gestión de la información
2. Gestión de la comunicación
3. Planificación del diseño, el producto y el servicio
4. Control del diseño, producto y servicio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGUIMIENTO Y MONITORIZACIÓN DE LA CALIDAD

1. Gestión de incumplimientos y su corrección
2. Mecanismos de control interno: Reporte
3. Mecanismos de control: Auditorías
4. Revisión por la dirección
5. Certificación externa.

MÓDULO 9. PROYECTO FINAL

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

Telefonos de contacto

| | | | |
|-------------|---|----------------------|---|
| España |  +34 900 831 200 | Argentina |  54-(11)52391339 |
| Bolivia |  +591 50154035 | Estados Unidos |  1-(2)022220068 |
| Chile |  56-(2)25652888 | Guatemala |  +502 22681261 |
| Colombia |  +57 601 50885563 | Mexico |  +52-(55)11689600 |
| Costa Rica |  +506 40014497 | Panamá |  +507 8355891 |
| Ecuador |  +593 24016142 | Perú |  +51 1 17075761 |
| El Salvador |  +503 21130481 | República Dominicana |  +1 8299463963 |

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!

España     

Ver en la web



Structuralia
Engineering eLearning

STRUCTURALIA

Latino America  
Reública Dominicana  

[Ver en la web](#)

