

Máster en Dirección Ejecutiva y Liderazgo Empresarial + Titulación universitaria



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH 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. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School 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



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.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Dirección Ejecutiva y Liderazgo Empresarial + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Dirección Ejecutiva y Liderazgo Empresarial con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Administración y Dirección de Empresas con 5 Créditos Universitarios ECTS y 125 horas



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio) (MDF)



Descripción

En un mercado globalizado y en constante evolución, los líderes empresariales necesitan una visión integrada y estratégica para mantenerse a la vanguardia. El Master MBA para Consejero Delegado CEO aborda esta necesidad formando directivos con una sólida competencia en administración y dirección de empresas, perfeccionando habilidades en áreas cruciales como la dirección financiera, el control de gestión y el cuadro de mando integral. Este programa va más allá de la teoría: está diseñado para fomentar la creatividad e innovación en la toma de decisiones, capacitar en técnicas avanzadas para la resolución de problemas y potenciar la dirección estratégica de recursos humanos. Con una visión práctica y actualizada, los estudiantes aprenderán a elaborar planes de marketing eficientes y a aplicar criterios de auditoría contable que responden a los desafíos actuales de las organizaciones. Al ser un curso en línea, ofrece a los profesionales la flexibilidad de avanzar en su carrera sin interrumpir su vida laboral, un aspecto cada vez más valorado en el mundo empresarial. Este MBA es una inversión para quienes aspiran a liderar con éxito, adaptabilidad y una mente innovadora. Conviértase en el líder que el futuro empresarial demanda.

Objetivos

- Dominar la dirección de empresas.
- Gestionar finanzas corporativas.
- Implementar el C.M.I. en decisiones.
- Auditoria contable con precisión.
- Diseñar planes de marketing eficaces.
- Dirigir estratégicamente RRHH.
- Impulsar creatividad e innovación.

Para qué te prepara

El presente Máster CEO está orientado a a todas aquellas personas que quieran ampliar sus conocimientos y formarse en el mundo de la dirección y gestión empresarial. Para aquellas personas que deseen tener total control de la entidad que se ostenta.

A quién va dirigido

Este Master MBA prepara al futuro CEO para liderar y transformar organizaciones. Aprenderás a manejar la dirección estratégica y la administración empresarial, dominar la dirección financiera y el control de gestión con C.M.I., así como a auditar cuentas. Desarrollarás estrategias de marketing y gestionarás recursos humanos con visión innovadora. El curso potencia la creatividad como ventaja competitiva y te enseña a aplicar técnicas efectivas para resolver problemas y promover una cultura de innovación y apoyo dentro de la empresa.

Salidas laborales

Graduados del Master MBA de Consejero Delegado CEO se posicionan para liderar en altos mandos, aplicando conocimiento en Administración y Dirección de Empresas, complementado con habilidades directivas en Finanzas y Auditoría Contable. Expertos en Control de Gestión y Cuadro de Mando Integral, están aptos para dinamizar equipos, innovar en Marketing Empresarial y liderar la Dirección Estratégica de RRHH. Su formación en Creatividad e Innovación los capacita para impulsar cambios, resolviendo problemas con técnicas avanzadas y promoviendo ambientes creativos en organizaciones.

TEMARIO

PARTE 1. ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS BASES DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. Introducción a la estrategia empresarial
2. Pensamiento estratégico
3. Aspectos esenciales de la estrategia
4. Los tipos de estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Visión, misión y valores Empresariales
2. Esquema del proceso estratégico
3. Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
4. Las unidades estratégicas de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores
6. Amenaza de productos sustitutivos
7. Poder de negociación de los clientes
8. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado.
5. Matriz General Electric-McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA PROPUESTA

1. Generación de opciones estratégicas
2. Formulación y selección de la estrategia
3. Criterios de elección y evaluación de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO

1. Puesta en marcha de la estrategia
2. Nuevo diseño organizativo

3. Disponibilidad de recursos
4. Control y evaluación de resultados
5. Inicio de ajustes correctivos
6. Cuadro de mando integral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Barreras de la comunicación
4. La comunicación efectiva
5. Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales.
2. Tratamiento y flujo de la información en la empresa.
3. La comunicación interna de la empresa.
4. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.
5. La comunicación externa de la empresa.
6. La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización.
7. Herramientas de comunicación interna y externa.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. El lenguaje no verbal.
2. Relaciones entre la conducta verbal y no verbal.
3. Entablar relaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. RELACIONES INTERPERSONALES

1. La comunicación interpersonal
2. Filtros y Barreras de la Comunicación
3. El conflicto interpersonal
4. Cómo expresar críticas y tipos de escucha activa
5. Obstáculos que se pueden presentar
6. Técnicas para mejorar esta habilidad Social

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Estilos de negociación
3. Los caminos de la negociación
4. Fases de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 12. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1. Estrategias de negociación
2. Tácticas de negociación

3. Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EL SUJETO NEGOCIADOR

1. La personalidad del negociador
2. Habilidades del negociador
3. Características del sujeto negociador
4. Clases de negociadores
5. La psicología en la negociación

PARTE 2. CONTROL DE GESTIÓN Y CUADRO DE MANDO INTEGRAL PARA DIRECTIVOS: C.M.I. EXPERT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMPETITIVIDAD Y MANAGEMENT ESTRATÉGICO

1. Introducción
2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas
3. La ventaja competitiva y la generación de valor añadido
4. El pensamiento estratégico
5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo
6. Previsión, prospectiva y métodos de escenarios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS DE GESTIÓN

1. El Benchmarking como herramienta estratégica de gestión
2. Herramientas para la Gestión de la Calidad Total
3. Técnicas para Mejorar el Funcionamiento de un Equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS ORGANIZATIVOS: LA HUMANIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1. La importancia de las organizaciones
2. Aproximación conceptual a la organización
3. Tipos de organizaciones
4. La estructura
5. Cambio y desarrollo en la organización
6. El coach como agente de cambio
7. Impactos derivados de la introducción de una cultura de coaching
8. Profesionales con vocación de persona

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL EQUIPO EN LA ORGANIZACIÓN ACTUA

1. La importancia de los equipos en las organizaciones actuales
2. Modelos explicativos de la eficacia de los equipos
3. Composición de equipos, recursos y tareas
4. Los procesos en los equipos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRESUPUESTO. ANÁLISIS DE DESVIACIONES

1. Introducción al Control de Gestión
2. Presupuestos
3. Análisis de desviaciones

4. Análisis mediante ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CENTROS DE RESPONSABILIDAD. AUDITORÍAS DE GESTIÓN

1. Centros de responsabilidad
2. Criterios de evaluación
3. Centros de costes operativos
4. Centros de gastos discrecionales
5. Normas de Auditoría generalmente aceptadas
6. Auditoría interna y de gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CUADRO DE MANDO INTEGRAL

1. Introducción al cuadro de mando integral
2. Construcción del Cuadro de Mando
3. La perspectiva financiera
4. La perspectiva del cliente
5. Perspectiva interna
6. Perspectiva de aprendizaje

PARTE 3. AUDITORÍA CONTABLE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA AUDITORÍA

1. Conceptos básicos y objetivos de auditoría
2. Evolución histórica
3. Tipos de auditoría
4. Objetivos de la auditoría
5. Necesidad de auditoría

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REGULACIÓN DE LA PROFESIÓN DEL AUDITOR

1. Marco legal
2. El Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)
3. El Registro Oficial de Auditores de Cuentas (ROAC)
4. Acceso a la profesión de auditor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMAS GENERALES DE LA AUDITORÍA

1. Normas técnicas de auditoría.
2. Formación técnica y capacidad profesional
3. Independencia, integridad y objetividad
4. Diligencia profesional
5. Responsabilidad
6. Secreto profesional
7. Honorarios y comisiones
8. Publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NORMAS TÉCNICAS SOBRE EJECUCIÓN DEL TRABAJO

1. Contrato o carta de encargo
2. Planificación
3. Estudio y evaluación del sistema de control interno
4. Evidencia
5. Documentación del trabajo
6. Supervisión

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NORMAS TÉCNICAS SOBRE INFORMES

1. Introducción
2. Elementos básicos del informe de auditoría independiente de cuentas anuales
3. Hechos posteriores a la fecha de las cuentas anuales
4. Hechos posteriores a la fecha de emisión del informe de auditoría y antes de su emisión
5. El informe de gestión
6. La opinión del auditor
7. Circunstancias con posible efecto en la opinión del auditor
8. Publicidad del informe de auditoría de cuentas anuales
9. Modelos normalizados de informes de auditoría

UNIDAD DIDÁCTICA 6. AUDITORÍA DE LA TESORERÍA

1. Elementos del área de tesorería
2. Normas y principios contables
3. Consideraciones de control interno
4. Procedimiento auditor
5. Información sobre tesorería en las cuentas anuales
6. Principales problemáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. AUDITORÍA DEL CICLO DE INVERSIÓN. INMOVILIZADO MATERIAL

1. Elementos del inmovilizado material
2. Normas y principios contables
3. Consideraciones de control interno
4. Procedimiento auditor
5. Información sobre inmovilizado material en las cuentas anuales
6. Principales problemáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. AUDITORÍA DEL CICLO DE INVERSIÓN. INMOVILIZADO INTANGIBLE

1. Elementos del inmovilizado intangible
2. Normas y principios contables
3. Consideraciones de control interno
4. Procedimiento auditor
5. Información sobre inmovilizado intangible en las cuentas anuales
6. Principales problemáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. AUDITORÍA DEL CICLO DE FINANCIACIÓN

1. Elementos del ciclo de financiación
2. Objetivos

3. Consideraciones de control interno
4. Procedimiento auditor
5. Información sobre el ciclo de financiación en las cuentas anuales
6. Principales problemáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. AUDITORÍA DEL CICLO DE CONVERSIÓN. EXISTENCIAS

1. Elementos del ciclo de conversión
2. Objetivos
3. Consideraciones de control interno
4. Procedimiento auditor
5. Información sobre el ciclo de conversión en las cuentas anuales
6. Principales problemáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. AUDITORÍA DEL CICLO DE INGRESOS Y CUENTAS A COBRAR

1. Elementos del ciclo de ingresos y cuentas a cobrar
2. Objetivos
3. Consideraciones de control interno
4. Procedimiento auditor
5. Información sobre el ciclo de ingresos y cuentas a cobrar en las cuentas anuales
6. Principales problemáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 12. AUDITORÍA DEL CICLO DE GASTOS Y CUENTAS A PAGAR

1. Elementos del ciclo de gastos y cuentas a pagar
2. Objetivos
3. Consideraciones de control interno
4. Procedimiento auditor
5. Información sobre el ciclo de gastos y cuentas a pagar
6. Principales problemáticas

PARTE 4. PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

1. Concepto y contenido del marketing:
 1. - Función del marketing en la gestión de la empresa: la orientación al cliente.
 2. - Marketing estratégico y operativo.
2. Estrategias y tipos de marketing.
3. Marketing mix:
 1. - Planificación integral del marketing.
 2. - Elementos que integran el marketing mix e interrelación entre ellos.
4. Elaboración del plan de marketing:
 1. - Estructura y funcionalidad.
 2. - Políticas de marketing en la empresa.
 3. - Presupuesto del plan de marketing.
5. Análisis DAFO y estrategias de marketing:
 1. - Estudios de mercado.

2. - Segmentación y posicionamiento y detección de oportunidades de mercado.
3. - Elaboración de informes de oportunidades de mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO.

1. Definición de la política de producto.
2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa.
 1. - Clasificación de productos.
 2. - Diferenciación de los productos.
3. Concepto de gama y línea de productos.
 1. - La cartera de productos.
4. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al marketing.
 1. - Estrategias según el CVP.
 2. - Servicios añadidos.
5. Mapas de posicionamiento.
 1. - Concepto de posicionamiento de producto.
 2. - La elección de los ejes de posicionamiento.
6. Matriz BCG y creación de nuevos productos.
7. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.
 1. - Concepto y finalidad de la marca.
 2. - Tipología de las marcas.
 3. - Estrategia de marca.
 4. - Elementos fundamentales del envase.
8. Elaboración de informes sobre producto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIOS.

1. Definición de la política de precios.
 1. - El concepto de precio.
 2. - El precio como instrumento de marketing.
2. Características y variables de decisión.
3. Concepto de elasticidad de precio.
 1. - Elasticidad cruzada.
4. Normativa vigente en materia de precios.
 1. - Relaciones con los distribuidores.
5. Métodos para la determinación de los precios:
 1. - Métodos basados en el coste.
 2. - Métodos basados en la competencia.
 3. - Métodos basados en el mercado o demanda.
6. Cálculo del punto muerto.
7. Estrategias comerciales en la política de precios.
 1. - Estrategias diferenciales.
 2. - Estrategias competitivas.
 3. - Estrategias para líneas de productos.
 4. - Estrategias para productos nuevos.
8. Elaboración de informes sobre precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

1. Definición de la política de distribución.
2. Canales y fórmulas de distribución.
 1. - Elección de los canales.
 2. - Relación entre miembros del canal de distribución.
 3. - Comercio mayorista.
 4. - Comercio minorista.
3. Estrategias en la política de distribución.
4. Relaciones con la red y puntos de ventas.
 1. - Determinación del número de puntos de venta.
 2. - Selección del lugar de emplazamiento.
5. Marketing en la distribución.
 1. - Merchandising.
6. Comercialización «on line» de productos y servicios.
 1. - Las relaciones comerciales B2B y B2C.
7. Elaboración de informes sobre distribución.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

1. Definición de la política de comunicación en la empresa.
2. Tipos de comunicación en la empresa.
 1. - Comunicación interna.
 2. - Comunicación externa en la empresa.
 3. - La comunicación personal.
 4. - Otros tipos de comunicación.
3. El mix de comunicación: tipos y formas.
 1. - Publicidad.
 2. - Promoción de ventas.
 3. - Relaciones públicas.
 4. - Marketing directo.
 5. - Marketing relacional.
 6. - Marketing «on line».
4. Medios de comunicación.
 1. - Medios convencionales.
 2. - Medios no convencionales.
5. Elaboración del briefing de productos, servicios o marcas:
 1. - Objetivos y finalidad del briefing.
 2. - Estructura y elementos del briefing.
 3. - Aplicaciones de presentación del briefing.

PARTE 5. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH

1. Conceptualización
2. Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
3. La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
4. Modelos de gestión estratégica de RRHH
5. Proceso de DERRHH
6. Barreras a la DERRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN DE LAS PLANTILLAS DE TRABAJO

1. Importancia y concepto de la planificación de recursos humanos
2. Modelos de planificación de recursos humanos
3. Análisis y descripción del puesto de trabajo
4. Objetivos de la valoración de puestos de trabajo
5. Métodos de la valoración de puestos de trabajo
6. Aplicación salarial de la valoración por puestos de trabajo
7. Planificación de carreras
8. Plan de sucesión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

1. La importancia del profesiograma
2. El proceso de reclutamiento
3. Canales de reclutamiento
4. Tipos de reclutamiento
5. El proceso de selección
6. Test de selección
7. La entrevista laboral
8. Entrevistas estructuradas
9. Dinámicas de Grupo
10. Plan de acogida

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ESTRATEGIA DE RECLUTAMIENTO 3.0

1. El uso de las nuevas tecnologías en la búsqueda de trabajo.
2. La estrategia del Employer Branding.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN DEL TALENTO

1. La sociedad del conocimiento
2. La gestión del conocimiento
3. El talento como elemento de diferenciación
4. La gestión del talento
5. La detección del talento en la empresa
6. Atracción, desarrollo y retención del talento
7. Caso de estudio voluntario: la NASA y la gestión del conocimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMAS DE FORMACIÓN

1. La formación como opción estratégica
2. Diagnóstico de las necesidades de formación
3. La elaboración del plan de formación
4. Diseño y gestión de las acciones formativas
5. Financiación de la formación continua

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POLÍTICA RETRIBUTIVA Y SISTEMAS DE COMPENSACIÓN

1. La nueva faceta de la retribución

2. Los modelos de elección de la política retributiva: Interés, utilidad y satisfacción
3. Objetivos del sistema retributivo
4. El modelo de la compensación total
5. Diseño e implantación de la estructura salarial
6. Sistemas de recompensa alternativos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN POR COMPETENCIAS. IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

1. El concepto de la competencia laboral
2. Objetivos y utilidades de un sistema de competencias
3. Tipos de competencias
4. Perfiles de competencias
5. Diseño de mapas de competencias
6. Implantación del sistema por competencias
7. Dificultades y reconocimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

1. ¿Por qué evaluar el desempeño?
2. Beneficios y problemas más comunes
3. Pasos de la evaluación del desempeño
4. Aplicaciones para la evaluación del desempeño
5. Evaluación de 360 grados
6. Relación del desempeño con la remuneración

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN POR OBJETIVOS Y GESTIÓN POR VALORES

1. Estrategia, misión, visión y objetivos organizacionales
2. La necesidad de establecer objetivos
3. Gestión por objetivos
4. Los valores en la empresa
5. Gestión por valores
6. Objetivos de gestión por valores

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA COMUNICACIÓN VIRTUAL

1. La comunicación en el nuevo modelo formativo de las empresas.
2. La comunicación virtual en la empresa: Redes Sociales Corporativas
3. El Marketing Interno

UNIDAD DIDÁCTICA 12. NUEVOS RETOS DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

1. Wellbeing: el bienestar en el trabajo
2. El clima laboral y productividad
3. El empowerment o empoderamiento
4. De la ética empresarial a la responsabilidad social corporativa
5. La consultoría de Recursos Humanos
6. El responsable de Recursos Humanos como arquitecto de la estrategia

