

**Máster en Dirección Empresarial en el Sector Agroalimentario + 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 Empresarial en el Sector Agroalimentario + Titulación universitaria



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
8 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Dirección Empresarial en el Sector Agroalimentario 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 de Curso de Logística y Gestión de Operaciones con 200 horas y 8 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



**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/XXXX-XXXX-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 de Grado)



## Descripción

El sector agroalimentario se encuentra en un momento de transformación y crecimiento, impulsado por la demanda global de alimentos sostenibles y la digitalización de procesos. El Máster en Dirección Empresarial en el Sector Agroalimentario te ofrece la oportunidad de liderar este cambio, dotándote de las habilidades necesarias para afrontar los retos estratégicos y normativos del sector. Este programa online, diseñado para adaptarse a las necesidades del entorno actual, abarca desde la gestión económica-financiera hasta la estrategia de exportación y la transformación digital. Aprenderás a optimizar la logística, implementar sistemas de calidad y desarrollar planes de marketing efectivos, preparándote para impulsar tu carrera en un sector en auge con alta demanda laboral. Únete a la nueva generación de líderes agroalimentarios y transforma el futuro de este vital sector.

## Objetivos

- Comprender el marco normativo agroalimentario para gestionar adecuadamente tu empresa. -
- Analizar estratégicamente el sector agroalimentario para identificar oportunidades de negocio. -
- Desarrollar habilidades de dirección estratégica para mejorar la competitividad empresarial. -
- Aplicar técnicas avanzadas de gestión económica para optimizar recursos y mejorar resultados. -
- Implementar estrategias de marketing digital para aumentar la presencia de tu empresa en el mercado. -
- Gestionar eficientemente la cadena logística para reducir costos y mejorar el servicio al cliente. -
- Preparar y ejecutar un plan de exportación agroalimentaria para expandir tu negocio internacionalmente.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Dirección Empresarial en el Sector Agroalimentario está diseñado para profesionales y titulados del sector agroalimentario que buscan profundizar en la dirección estratégica, gestión económica-financiera y marketing en el ámbito agroalimentario. Además, aborda la logística, calidad alimentaria y exportaciones, capacitando a líderes para enfrentar retos globales y transformar digitalmente sus organizaciones.

## A quién va dirigido

---

El Máster en Dirección Empresarial en el Sector Agroalimentario te capacita para liderar y transformar empresas agroalimentarias, impulsando estrategias innovadoras y sostenibles. Aprenderás a analizar el sector, gestionar recursos humanos y financieros, y optimizar operaciones logísticas y de exportación. Además, te prepararás para implementar sistemas de calidad y afrontar la transformación digital, asegurando competitividad y eficiencia en un mercado global en constante cambio.

## Salidas laborales

---

'- Dirección de empresas agroalimentarias - Consultoría estratégica en agroalimentación - Gestión de calidad en producción alimentaria - Exportación y comercio internacional de productos agrarios - Logística y operaciones en el sector agroalimentario - Marketing digital y comercialización en empresas del sector - Transformación digital y nuevos modelos de negocio en agroalimentación

## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. EL SECTOR AGROALIMENTARIO Y SU MARCO NORMATIVO

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SECTOR AGROALIMENTARIO

1. Introducción al sector agroalimentario
2. Características macroeconómicas
3. Principales actores
4. La cadena de valor
5. Retos estratégicos en el sector
6. Principales subsectores

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES OPORTUNIDADES Y RETOS ESTRATÉGICOS EN AGROALIMENTACIÓN

1. Principales amenazas del sector agroalimentario
2. Principales oportunidades del sector agroalimentario
3. Inversión y crecimiento
4. Agroalimentación ecológica
5. Modernización de la industria agroalimentaria
6. Principales canales de distribución
7. Internacionalización
8. Digitalización

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES SUBSECTORES AGROALIMENTARIOS

1. Industria cárnica
2. Industria del pescado
3. Frutas y hortalizas
4. Aceites y grasas
5. Productos lácteos
6. Molinería y almidones
7. Panadería y pastas alimenticias
8. Bebidas
9. Otros productos alimenticios
10. Industria de alimentación animal

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO POR PAÍSES Y PRINCIPALES TENDENCIAS

1. Europa
2. América
3. Asia
4. África
5. Futuras tendencias

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO NORMATIVO GENERAL DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

1. Instituciones y normativa básica de Derecho Alimentario
2. Seguridad alimentaria en la empresa
3. Trazabilidad y etiquetado. Comunicación al consumidor sobre el producto
4. Introducción a los principales modelos societarios

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARCO NORMATIVO INTERNACIONAL EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO

1. 1. Perspectiva institucional y socioeconómica
2. 2. Entorno Reglamentario y Económico del sector agroalimentario en España y la UE
3. 3. Entorno Reglamentario y Económico del sector agroalimentario en países latinoamericanos

## MÓDULO 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

1. Definición de Gestión en el contexto empresarial
2. Diferencia entre la Gestión Tradicional y la Gestión por Procesos
3. Clasificación de los Procesos
4. Principios de la Gestión por Procesos
5. Modelado de Procesos

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. 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 4. 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 entrada de nuevos competidores
7. Amenaza de productos sustitutivos
8. Poder de negociación de los clientes
9. Poder de negociación de los proveedores

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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 6. 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 7. 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

### MÓDULO 3. FUNDAMENTOS DE GESTIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción
2. Evolución histórica
3. Concepto de Contabilidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MÉTODO CONTABLE

1. Concepto
2. PARTIDA DOBLE (DUALIDAD)
3. Valoración
4. Registro contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. GASTOS E INGRESOS

1. Concepto de pagos y cobros
2. Concepto de gastos e ingresos
3. Clasificación
4. Registro contable de estas partidas y determinación del resultado contable
5. Registro y Valoración de los gastos
6. Valoración de los ingresos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUENTAS ANUALES

1. Nociones generales
2. El balance
3. La cuenta anual de pérdidas y ganancias
4. El estado de cambios en el Patrimonio Neto
5. El estado de flujos de efectivo
6. Video tutorial "Elaboración del balance adaptado al PGC07"
7. Video tutorial "Balance de situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias"

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

1. Definición y tipos de inversión
2. El ciclo de vida de un proyecto de inversión
3. Componentes de un proyecto de inversión

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANÁLISIS ECONÓMICO DE INVERSIONES

1. Metodologías de valoración económica
2. Clasificación de los flujos de caja
3. Criterios VAN y TIR de análisis de inversiones
4. Elección del proyecto de inversión

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANÁLISIS DE RIESGOS

1. Metodologías de tratamiento del riesgo
2. Análisis de la sensibilidad
3. Árboles de decisión para la toma de decisiones secuenciales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. TIPOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

1. Proyectos de inversión en activos fijos
2. Proyectos de inversión en capital circulante (NOF)

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA

1. El proceso de planificación de la empresa
2. Estructura del control: concepto y definición de los centros de responsabilidad
3. Organización del proceso presupuestario

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO ANUAL

1. Presupuestos de explotación
2. Presupuestos de capital
3. Presupuesto de tesorería

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. CONTROL PRESUPUESTARIO

1. Introducción
2. Seguimiento y control del presupuesto de explotación
3. Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
4. Seguimiento y control del presupuesto de tesorería

## MÓDULO 4. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes
7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2. Marketing de la formación

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

## MÓDULO 5. GESTIÓN EMPRESARIAL: MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING

1. Concepto de Marketing
2. El Marketing empresarial
3. Marketing estratégico
4. Marketing operativo
5. Marketing-mix

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las organizaciones
2. El mercado: Concepto y delimitación
3. El mercado de bienes de uso: consumo frecuente y consumo duradero
4. El mercado industrial: el producto
5. El mercado de servicios: características y estrategias

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones

2. Segmentación eficaz: Criterios y requisitos de segmentación de mercados de consumo e industriales
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1. Introducción: análisis de la demanda y segmentación
2. El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca: matriz variable de marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1. Estudio del comportamiento de compra
2. Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores: Factores internos y externos
3. Comportamiento de compra: Roles , tipos y etapas
4. El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ANUNCIANTE EN LA RED

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online y confianza
3. Identidad digital: determinación de unos rasgos propios
4. E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?
5. Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. Introducción al comercio electrónico
3. Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossuser
4. El comportamiento de los usuarios de Internet
5. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
2. Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
3. Tipos de redes sociales: Conectarnos
4. Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario
5. Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
6. Importancia y repercusión de las redes sociales
7. Las redes sociales como intercambio constante de información
8. Redes sociales en dispositivos móviles

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. CRM EN EL MEDIO ONLINE

1. Marketing de relaciones
2. Del CRM al e-CRM
3. Estrategia de atención al cliente
4. Optimización en la gestión del marketing relacional
5. Real time management
6. Social CRM y generación de leads

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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

## MÓDULO 6. LOGÍSTICA Y GESTIÓN DE OPERACIONES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOGÍSTICA EN LA EMPRESA

1. Introducción
2. El origen
3. Definición
4. El flujo de bienes y servicios
5. El rol de la gestión logística en el servicio al cliente
6. Logística, integración y estrategia
7. El sistema logístico
8. La empresa sin fronteras
9. ¿Cómo optimizar el flujo de bienes y servicios?

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES Y OPERACIONES EN LA CADENA LOGÍSTICA

1. La cadena de suministro: fases y actividades asociadas
2. Flujos en la cadena de suministro: flujo físico de materiales y flujo de información.  
Características de los mismos. Cómo se articulan. Ejemplo concreto de un proceso de aprovisionamiento desde que se lanza la orden de pedido hasta su recepción en almacén
3. El flujo de información: en tiempo real, fiable, seguro, fácil de interpretar y manejar
4. Flujo de materiales: seguro, eficaz y con calidad. Diagrama de flujos interconexiónados
5. Cadena logística: objetivos. Cómo lograrlos. Integración de actores y sinergias a conseguir
6. Logística y calidad
7. Gestión de la cadena logística:
8. El flujo de información

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOGÍSTICA INVERSA

1. Devoluciones y logística inversa

2. Posibles límites a la logística inversa
3. Causas de la aparición de la logística inversa
4. Política de devolución de productos
5. Logística inversa y legislación:

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN Y COSTOS LOGÍSTICOS

1. Características del costo logístico: variabilidad
2. Sistema tradicional y sistema ABC de costos
3. Medición del costo logístico y su impacto en la cuenta de resultados. Costos totales, costos unitarios y costos porcentuales
4. Estrategia y costos logísticos
5. Medidas para optimizar el costo logístico en las diversas áreas: stock, almacenaje, picking, transporte
6. Cuadro de control de costos. Pirámide de información del costo logístico
7. Ejemplo práctico de cálculo del costo logístico en una operación de comercialización, teniendo en cuenta el costo de compra, los costos de stock, almacenaje y manipulación, el costo de transporte de distribución y los costos administrativos e indirectos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDES DE DISTRIBUCIÓN

1. Diferentes modelos de redes de distribución:
2. Cálculo del costo logístico de distribución en los diferentes modelos:

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE IMPREVISTOS E INCIDENCIAS EN LA CADENA LOGÍSTICA

1. Incidencias, imprevistos y errores humanos en el proceso de distribución
2. Puntos críticos del proceso. Importancia cualitativa y monetaria de las mismas
3. Análisis de determinados procesos críticos:
4. Seguimiento y localización física de la mercancía en el proceso de distribución
5. Sistemas informáticos y tecnología aplicada: GPS, satélite, radiofrecuencia
6. Acceso del cliente a la información
7. Determinación de responsabilidades en una incidencia
8. En diversos supuestos prácticos, cómo actuar en una incidencia
9. Incidencias y su tratamiento informático. Sistema de documentación: grabación de datos, información mínima, clasificación según tipos, seguimiento y solución dada a la misma, costo real o estimado, cliente afectado o proveedor involucrado, punto de la cadena en que se produjo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIONES INFORMÁTICAS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y CADENA DE SUMINISTRO

1. Tecnología y sistemas de información en logística
2. La pirámide de información
3. Ventajas y posibles inconvenientes: costo y complejidad del sistema
4. La comunicación formal e informal
5. Sistemas de utilización tradicional y de vanguardia: la informática, satélites, GPS, EDI, transmisión de ficheros, e-mail, teléfono, fax. Características. Pros y contras de los diferentes sistemas
6. Información habitual en el almacén:

7. Terminología y simbología utilizadas en la gestión del almacén

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORGANIZACIÓN DEL ALMACÉN

1. Tipos de almacén:
2. Flujos físicos y de información en el almacén. Diagramas de flujos
3. Organización estructural en el almacén:
4. Organización de la gestión de almacenes
5. Productividad, tiempos y recursos del almacén. Tecnología y productividad
6. Elementos organizativos y materiales del almacén:

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DE STOCKS Y ALMACÉN

1. Operativa del almacén:
2. Entrada de mercancías según la tipología del almacén
3. Flujos internos:
4. Salida de mercancías: según tipología del almacén
5. Indicadores de gestión de stock:
6. Interpretación y cálculo de indicadores de gestión de índice de rotación y su repercusión en el tamaño del almacén y el costo logístico de almacenaje
7. Otros índices relacionados con la gestión de stocks:

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN Y PREPARACIÓN DE PEDIDOS

1. La manipulación de la mercancía y la preparación de pedidos como elementos clave
2. Recepción y tratamiento de los pedidos
3. El picking list. Confección. Tipos. Contenido
4. Procedimientos de picking, sistemas de extracción:
5. Procedimientos de picking, elementos organizativos:
6. Elementos materiales, en el picking:
7. Acondicionamiento y preparación última del pedido:
8. La documentación de acompañamiento de la mercancía: etiqueta de producto y etiqueta de transportista
9. El envase y el embalaje

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GESTIÓN Y PREPARACIÓN DE INVENTARIOS

1. Concepto y fundamento de los inventarios físicos
2. Inventario informático e inventario real
3. Inventarios incorrectos:
4. Medidas preventivas y correctoras: Tipos y efectos positivos
5. Métodos de realización de inventarios:
6. Sistemas de valoración de inventarios: FIFO, LIFO, PMP, NIFO, HIFO
7. Clasificaciones ABC según puntos de vista: ocupación física, valor, criticidad
8. Análisis de desviaciones en los inventarios acciones correctoras

MÓDULO 7. EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA EXPORTACIÓN AGROALIMENTARIA

1. La empresa agroalimentaria
2. Tipos de productos agroalimentarios que se exportan
3. Fuentes de información y bases de datos sobre exportación agroalimentaria
4. Investigación de mercados y conceptos
5. Principales países productores
6. Principales destinos de las exportaciones
7. Tendencias en el futuro

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARCO LEGISLATIVO INTERNACIONAL Y PRINCIPALES ACTORES

1. Comercio internacional de productos agroalimentarios
2. Principales asociaciones agroalimentarias
3. Principales acuerdos de comercio internacional
4. Principales certificaciones de calidad
5. Actores que participan en un acuerdo
6. Marco jurídico agroalimentario

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PREPARANDO UNA EMPRESA PARA EXPORTAR

1. Infraestructura y materiales
2. Recursos humanos
3. Software, bases de datos y recursos informáticos recomendables
4. Plataformas digitales propias
5. Plataformas B2B a nivel internacional
6. Principales ferias y eventos internacionales del sector
7. Eco-friendly packaging, una oportunidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El Plan de Internacionalización
2. Mercados internacionales: selección y formas de acceso
3. Marketing Mix internacional
4. Gestión de marcas internacionales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

1. Métodos y canales de entrada en mercados internacionales
2. Búsqueda de clientes potenciales
3. Proceso de contacto y negociación
4. La contratación internacional
5. Riesgos asociados a la comercialización de productos agroalimentarios

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL TRANSPORTE EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Medios de transporte según producto agroalimentario
2. INCOTERMS más comunes en exportación de agroalimentarios
3. Negociación con transitarios
4. Seguimiento de mercancías y control de incidencias

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. MÉTODOS DE FINANCIACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Funcionamiento y estructura del mercado de divisas
2. Créditos para exportaciones e importaciones
3. Elección de divisas para la financiación
4. Seguro de protección ante el riesgo de cambio de divisa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. FORMAS DE PAGO EN TRANSACCIONES INTERNACIONALES

1. Tipología de los medios de pago
2. Factores influyentes para la elección de la forma de pago
3. Regulación del cheque para pagos internacionales
4. Regulación de transferencias bancarias para pagos internacionales
5. Regulación de las órdenes de pago documentarias
6. Regulación de los créditos documentarios
7. Proceso de gestión de la remesa bancaria

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. ANÁLISIS DEL RIESGO DEL CAMBIO

1. El riesgo de tipo de cambio
2. El Seguro de cambio
3. Opciones sobre divisas
4. Futuros sobre divisas
5. Otros instrumentos de cobertura

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANÁLISIS DEL RIESGO DE INTERÉS

1. Riesgo de interés y su cobertura
2. Herramientas y aplicaciones informáticas útiles para la gestión del riesgo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. OTROS RIESGOS Y SU COBERTURA

1. Tipos de riesgo Riesgo de insolvencia
2. Seguro de crédito a la exportación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. OPERACIONES DE FACTORING Y FORFAITING

1. Factoring como instrumento de cobertura de riesgos
2. Tipos de riesgos que cubre el factoring
3. Diferencias del factoring con el seguro a la exportación
4. Forfaiting como instrumento de cobertura de riesgos
5. Tipos de riesgos que cubre el forfaiting
6. Diferencias factoring y forfaiting
7. Diferencias del factoring con seguro de crédito a la exportación

#### MÓDULO 8. IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD ALIMENTARIA EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA EMPRESA AGROALIMENTARIA

1. Gestión de calidad
2. El control de calidad en la empresa agroalimentaria

3. Sistemas de aseguramiento de la calidad
4. Implantación de un sistema de gestión de la calidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPLANTACIÓN DE IFS FOOD V6

1. International food standard (IFS)
2. IFS Food v5 a v6: principales cambios
3. Implantación de Food defense en IFS v6

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPLANTACIÓN DE BRC V6

1. British Retail Consortium (BRC)
2. BRC v5 a v6: principales cambios
3. Obtención de la certificación BRC y auditorías de la norma
4. Guía de implementación
5. Herramienta de autoevaluación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. IMPLANTACIÓN DE GLOBAL G.A.P. V4

1. Global G.A.P. v.4
2. Requisitos y proceso de certificación global G.A.P v.4
3. Documentos habituales en el SGC de global G.A.P. v.4
4. Guía de implementación
5. Herramienta autoevaluación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO DE FOOD DEFENSE

1. El protocolo Food defense
2. Presencia de Food defense en las normas de seguridad alimentaria
3. Legislación programas Food defense

### MÓDULO 9. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. Introducción a la transformación digital
2. Concepto de innovación
3. Concepto de tecnología
4. Tipología de la tecnología
5. Punto de vista de la ventaja competitiva
6. Según su disposición en la empresa
7. Desde el punto de vista de un proyecto
8. Otros tipos de tecnología
9. La innovación tecnológica
10. Competencias básicas de la innovación tecnológica
11. El proceso de innovación tecnológica
12. Herramientas para innovar
13. Competitividad e innovación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SOCIEDAD 3.0

1. Filosofía Web 3.0 y su impacto en el mundo empresarial
2. Socialización de la Web
3. Adaptación del mundo empresarial a las Nuevas tecnologías

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVO ECOSISTEMA DIGITAL

1. Community Manager
2. Chief Data Officer
3. Data Protection Officer
4. Data Scientist
5. Otros perfiles
6. Desarrollo de competencias informáticas
7. El Papel del CEO como líder en la transformación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN EL ENTORNO DIGITAL

1. La transición digital del modelo de negocio tradicional
2. Nuevos modelos de negocio
3. Freemium
4. Modelo Long Tail
5. Modelo Nube y SaaS
6. Modelo Suscripción
7. Dropshipping
8. Afiliación
9. Infoproductos y E-Learning
10. Otros

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. Diagnóstico de la madurez digital de la empresa
2. Análisis de la innovación en la empresa
3. Elaboración del roadmap
4. Provisión de financiación y recursos tecnológicos
5. Implementación del plan de transformación digital
6. Seguimiento del plan de transformación digital

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CASOS DE ÉXITO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. BBVA y la empresa inteligente
2. DKV Salud y #MédicosfrentealCOVID
3. El Corte Inglés
4. Cepsa y su apuesta por los servicios cloud de AWS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL NUEVO CLIENTE DIGITAL

1. Rediseñando el customer experience
2. La transformación de los canales de distribución: omnicanalidad
3. Plan de marketing digital
4. Buyer's Journey
5. Growth Hacking: estrategia de crecimiento

6. El nuevo rol del marketing en el funnel de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 7. NUEVOS MERCADOS, NUEVAS OPORTUNIDADES

1. Oportunidades de innovación derivadas de la globalización
2. Como Inventar Mercados a través de la Innovación
3. Etapas de desarrollo y ciclos de vida
4. Incorporación al mercado
5. Metodologías de desarrollo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA INNOVACIÓN EN LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS

1. La transformación digital de la cadena de valor
2. La industria 4.0
3. Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
4. Modelos de proceso de innovación
5. Gestión de innovación
6. Sistema de innovación
7. Como reinventar las empresas innovando en procesos
8. Innovación en Procesos a través de las TIC
9. El Comercio Electrónico: innovar en los canales de distribución
10. Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
11. Caso Helvex: el cambio continuo
12. La automatización de las empresas: RPA, RBA y RDA

