

Máster en Gestión de Agronegocios y Agroindustria + 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 Gestión de Agronegocios y Agroindustria + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Gestión de Agronegocios y Agroindustria 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 en Sostenibilidad Ambiental con 125 horas y 5 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/XXXXXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXX.

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 Visto Bueno de la Consejería de Economía y Salud de la SRECCO (Plan Propio de Grado)



Descripción

El Máster en Gestión de Agronegocios y Agroindustria es tu puerta de entrada a un sector en pleno auge, donde la demanda de profesionales altamente cualificados no deja de crecer. La agroindustria es un pilar fundamental de la economía global, enfrentándose a desafíos estratégicos y oportunidades inmensas. Este máster, impartido de manera online, te proporcionará un dominio integral de áreas clave como la dirección estratégica, la gestión económico-financiera, recursos humanos, marketing, logística y exportaciones, todo ello desde la comodidad de tu hogar. Aprenderás sobre sostenibilidad medioambiental e innovación tecnológica, cruciales para transformar el sector agroalimentario en la era digital. Tu participación te preparará para liderar con éxito en un entorno dinámico y competitivo, adquiriendo habilidades prácticas y teóricas que te posicionarán a la vanguardia de la industria. Conviértete en el futuro líder que el sector agroalimentario está buscando.

Objetivos

- Analizar el marco normativo internacional del sector agroalimentario.
- Diseñar estrategias de dirección para empresas agroalimentarias.
- Evaluar proyectos de inversión en entornos agroindustriales.
- Aplicar técnicas avanzadas de logística y gestión de operaciones.
- Implementar sistemas de calidad alimentaria en la agroindustria.
- Desarrollar planes de marketing digital para productos agroalimentarios.
- Integrar tecnologías emergentes en la industria agroalimentaria.

Para qué te prepara

El Máster en Gestión de Agronegocios y Agroindustria está dirigido a profesionales y titulados del sector agroalimentario que buscan actualizar y ampliar sus conocimientos en gestión empresarial, estrategia, economía, recursos humanos, marketing, logística, sostenibilidad, innovación y transformación digital. Este máster avanzado proporciona herramientas para afrontar retos estratégicos y normativos, optimizando la operación y competitividad en el entorno agroindustrial.

A quién va dirigido

El Máster en Gestión de Agronegocios y Agroindustria te prepara para liderar el sector agroalimentario, abordando sus desafíos estratégicos y normativos. Aprenderás a implementar estrategias de dirección y planificación financiera, gestionar recursos humanos y optimizar las operaciones logísticas. Además, desarrollarás habilidades en marketing digital y comercialización internacional. También te capacitarás en sostenibilidad medioambiental, innovación tecnológica y trazabilidad alimentaria, esenciales en la Industria 4.0.

Salidas laborales

- Gerente de operaciones agroindustriales - Consultor en sostenibilidad y medioambiente - Director de exportaciones agroalimentarias - Responsable de innovación en procesos alimentarios - Especialista en trazabilidad y seguridad alimentaria - Analista de mercados agroalimentarios - Líder de proyectos de transformación digital en agronegocios - Coordinador de calidad alimentaria

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. SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PROBLEMÁTICA MEDIOAMBIENTAL

1. La problemática medioambiental
2. Consecuencias más directas sobre el medioambiente
3. La evolución del consumo de energía

4. Reservas energéticas mundiales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RESIDUOS URBANOS

1. Residuos sólidos
2. Residuos sólidos urbanos
3. Residuos domésticos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RESIDUOS INDUSTRIALES

1. Residuos agrícolas
2. Residuos ganaderos
3. Residuos industriales
4. Residuos radiactivos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TRATAMIENTO DE RESIDUOS

1. Evolución temporal
2. Situación en España
3. Características de la gestión
4. Tipos de tratamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CARACTERIZACIÓN DE SUELOS CONTAMINADOS

1. Fases de la investigación
2. Investigación preliminar
3. Investigación exploratoria
4. Análisis y evaluación de riesgos preliminar
5. Pre-cuantificación del riesgo asociado. Aplicación de modelos simplificados para el análisis de riesgos
6. Redacción del informe

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE RECUPERACIÓN DE SUELOS

1. Técnicas de Contención
2. Técnicas de Confinamiento
3. Técnicas de Descontaminación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTAMINACIÓN DE MEDIOS ACUÁTICOS

1. Reglamentación técnico-sanitaria para abastecimiento y control de las aguas potables de consumo público
2. Características de las aguas residuales
3. Materia orgánica
4. Organismos patógenos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMAS DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES

1. Importancia, características y funciones de las depuradoras de aguas residuales
2. Redes de colectores y pretratamientos

3. Tratamiento primario
4. Tratamiento secundario

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ENERGÍAS RENOVABLES Y NO RENOVABLES

1. Energías primarias y finales
2. Vectores energéticos
3. Fuentes renovables y no renovables
4. Clasificación de las energías renovables
5. Las tecnologías renovables y su clasificación normativa

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. Fundamentos de la Educación Ambiental
2. Principales Agentes de la Educación Ambiental
3. Medioambiente y Desarrollo Económico
4. Prácticas y Técnicas para la Educación Ambiental

MÓDULO 9. INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

1. Innovación y conceptos asociados
2. Sistema alimentario
3. Sectores de producción
4. Innovación abierta: prioridad actual de la Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO

1. Albores de la innovación en el sector agroalimentario
2. Siglo XIX
3. Siglo XX
4. Siglo XXI

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RETOS, NECESIDADES Y RESPONSABILIDADES DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ACTUAL

1. Globalización
2. Cambio climático
3. Tendencias de consumo
4. Medidas para favorecer la sostenibilidad por parte de la industria agroalimentaria
5. Reducción de las prácticas de despilfarro en las etapas de la cadena agroalimentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARCO LEGISLATIVO DE LA INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA

1. Marco regulatorio internacional
2. La legislación alimentaria europea actual
3. Políticas de seguridad alimentaria
4. Bases legales nacionales para la innovación
5. Legislación para productos innovadores

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TECNOLOGÍAS EMERGENTES DE CONSERVACIÓN

1. Introducción a las tecnologías emergentes de conservación
2. Proceso aséptico
3. Cocción al vacío
4. Altas presiones
5. Microondas
6. Pulsos eléctricos
7. Secado por atomización
8. Fermentación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TECNOLOGÍAS EMERGENTES DE ENVASADO

1. Introducción a los métodos de envasado
2. Materiales para el envasado
3. Nuevos envases
4. Envases activos
5. Envasado al vacío
6. Envasado en atmósferas modificadas y controladas
7. Envases biodegradables
8. Productos IV y V gama

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TECNOLOGÍAS EMERGENTES DE PRODUCCIÓN Y AUTOMATIZACIÓN

1. Introducción a los procesos industriales y la automatización
2. Separación mediante procesos de filtración
3. Extracción por fluidos supercríticos
4. Tecnologías enzimáticas para la hidrólisis de compuestos de interés

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INNOVACIÓN EN PRODUCTOS ALIMENTARIOS

1. Introducción a los productos alimentarios
2. Productos alimentarios intermedios
3. Diseño del producto alimentario

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA EL CONTROL DE PROCESOS Y PRODUCTOS

1. Introducción a las tecnologías para el control de procesos y productos
2. Tecnología NIR
3. Ultrasonidos
4. Calorimetría diferencial de barrido
5. Análisis de imagen
6. Nariz electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN A LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

1. Introducción a las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la industria agroalimentaria
2. La industria 4.0

3. Trazabilidad y TIC
4. Gestión integral

MÓDULO 10. TRAZABILIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LA INDUSTRIA 4.0

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TRAZABILIDAD Y SEGURIDAD

1. Introducción
2. Trazabilidad y Seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LEGISLACIÓN Y NORMATIVAS

1. Introducción
2. Leyes de carácter horizontal
3. Leyes de carácter vertical
4. Productos con denominación de calidad
5. Productos ecológicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ENVASADO Y ETIQUETADO

1. Sistemas de envasado
2. Etiquetado de los productos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REGISTRO DE LOS PRODUCTOS

1. Introducción
2. Definición por lotes. Agrupación de productos
3. Automatización de la trazabilidad
4. Sistemas de identificación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPORTANCIA DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0

1. Tendencias de una economía en proceso de cambio
2. Papel de las tecnologías digitales
3. Marketing, venta, relación cliente (visión 360° y multicanal)
4. Desafíos de la dirección de IT
5. Desarrollo de competencias informáticas
6. Función de RR. HH. en la transformación digital de la empresa: formación, acompañamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN AVANZADA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA 4.0

1. Estrategias de transformación digital: global, por etapas y funciones, spin-off
2. Modelo de Trabajo en un entorno digital
3. Enfoques: Mobile first, Lean startup, Food desing...
4. ¿Cómo funciona la industria conectada 4.0?
5. Seis SIGMA
6. Autómatas Programables

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MÉTODOS DE IDENTIFICACIÓN UNITARIA

1. Trazabilidad: reglamentos y procesos en la industria alimentaria
2. Los métodos de identificación unitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMAS DE MARCAJE Y SISTEMAS DE LECTURA

1. El etiquetaje de los productos
2. Sistemas utilizados en la industria 4.0

UNIDAD DIDÁCTICA 9. VERIFICACIÓN DE CÓDIGOS: NORMAS ISO Y GS1

1. Calidad alimentaria
2. Normas ISO
3. GS1

MÓDULO 11. 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 12. 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

