



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Crecimiento Estratégico de la Organización Empresarial + Titulación Universitaria





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto



SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminetemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de
19
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





Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica

Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

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

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



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova 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.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

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



APRENDIZAJE

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



EQUIPO DOCENTE

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

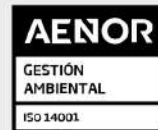


NO ESTARÁS SOLO

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

4. Calidad AENOR

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



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
**FAMILIA
NUMEROSA**

20% Beca
**DIVERSIDAD
FUNCIONAL**

20% Beca
**PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS**



MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Crecimiento Estratégico de la Organización Empresarial + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Crecimiento Estratégico de la Organización Empresarial con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Gestión de I+D con 5 Créditos Universitarios ECTS.





Descripción

En el contexto empresarial contemporáneo, caracterizado por su dinamismo y la constante evolución tecnológica, dominar la dirección estratégica es crucial para el desarrollo y supervivencia de las organizaciones. El Master en Crecimiento Estratégico de la Organización Empresarial se alinea con esta necesidad, proporcionando conocimientos en gestión sistémica y estrategias de expansión mediante fusiones y adquisiciones. Este programa cubre aspectos vitales como la Estrategia Empresarial, el Marketing Estratégico y la Gestión de I+D, esenciales para competir eficazmente en el mercado global. La enseñanza se centra en el control de gestión a través de herramientas como el Cuadro de Mando Integral para directivos, y subraya la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa en la construcción de un negocio sostenible y éticamente robusto. Los participantes en este curso se preparan para tomar decisiones informadas que promueven el crecimiento sostenido y adaptativo de sus organizaciones. Escogiendo este Master, los líderes y emprendedores se equipan con habilidades para analizar complejos escenarios empresariales, diseñar e implementar estrategias óptimas, y forjar un sendero de innovación continua. El curso no sólo es un imán para aquellos que buscan lograr un alto impacto en el crecimiento de su empresa, sino también para quien persigue una carrera ejecutiva de vanguardia en la gestión empresarial. (opté por no agregar detalles referentes a la modalidad online del curso siguiendo sus indicaciones anteriores, por favor avíseme si prefiere incluir algún elemento al respecto)

Objetivos

Los objetivos de este Máster en Crecimiento Estratégico de la Organización Empresarial son: Aprender el enfoque sistémico en el marco de la ciencia. Identificar las diferentes categorías sistémicas. Aprender los aspectos configurativos del sistema económico. Realizar una clasificación de las organizaciones económicas. Analizar el sistema intraorganizacional. Analizar el ambiente externo de

las organizaciones. Aprender la metodología administrativa y la administración estratégica. Cuantificar los valores involucrados en una eventual transferencia corporativa. Planificar y conducir adecuadamente el proceso. Seleccionar efectivamente a los asesores que deberán participar. Implementar las acciones resultantes del proceso. Conocer el perfil estratégico de la empresa para detectar su relación producto – mercado. Estudiar la tipología de políticas estratégicas genéricas, así como las actuaciones ante los riesgos de competencia de algunas estrategias. Conocer el proceso y los principios básicos en la organización del Benchmarking. Conocer el impacto de las nuevas tecnologías en el mercado y la necesidad de adaptación en la gestión de las empresas. Aprender a construir un Cuadro de Mando Integral. Dar una caracterización propia al auditor de gestión, separada de la del auditor externo. Distinguir correctamente los diferentes centros de responsabilidad, definiendo los objetivos controlables y aprendiendo a decidir las asignaciones de recursos discrecionales. Conocer la situación de la RSE en España y en el marco europeo, sus antecedentes y el contexto en el que se encuentra actualmente. Entender el concepto de Responsabilidad Social de la Empresa y las implicaciones que ello supone para las Pymes. Realizar una segmentación del mercado. Conocer los factores que influyen en el comportamiento del consumidor. Aplicar diferentes tipos de estrategias de posicionamiento. Realizar un plan de marketing. Conocer el papel de la innovación en la empresa. Aplicar las diferentes herramientas en la gestión de la innovación. Conocer la Innovación en la norma UNE 166.

A quién va dirigido

Dirigido a directivos, gerentes y profesionales con aspiraciones de liderazgo que busquen dominar la dirección y gestión empresarial. Ideal para quienes deseen especializarse en estrategias de crecimiento, fusión y adquisición, RSC, marketing estratégico, y control de gestión I+D. Aporta habilidades para optimizar la toma de decisiones e impulsar la innovación en entornos corporativos competitivos.

Para qué te prepara

El Master en Crecimiento Estratégico de la Organización Empresarial te prepara para liderar la transformación y expansión empresarial. Aprenderás a diseñar estrategias efectivas de dirección, abordar y optimizar la gestión sistémica, y llevar a cabo procesos de fusiones y adquisiciones exitosos. El curso profundiza en las técnicas de control de gestión, incorporando el Cuadro de Mando Integral como herramienta clave para directivos. Además, fomenta la implantación de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa y potencia habilidades en Marketing Estratégico, para posicionar a la empresa como líder en innovación y desarrollo (I+D).

Salidas laborales

Gracias a este Máster en Crecimiento Estratégico de la Organización Empresarial, aumentarás tu formación en el sector empresarial. Además, te permitirá desarrollar tu actividad profesional como director y gerente de finanzas, desarrollo de negocios, operaciones, unidades de negocio y



exportación.



TEMARIO

PARTE 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción
2. Utilidad del Plan de Empresa
3. La introducción del Plan de Empresa
4. Descripción del negocio. Productos o servicios
5. Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructura
2. Recursos Humanos
3. Plan Financiero
4. Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto
5. Estructura legal. Forma jurídica

PARTE 2. GESTIÓN SISTÉMICA Y ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL ENFOQUE SISTÉMICO EN EL MARCO DE LA CIENCIA EN GENERAL

1. Conceptos preliminares acerca de la Ciencia y la Administración
2. El enfoque sistémico
3. La utilización del modelo sistémico
4. Propiedades de los sistemas
5. Equilibrio y desequilibrio del sistema
6. Rasgos distintivos de los sistemas
7. La composición de modelos sistémicos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS CATEGORÍAS SISTÉMICAS

1. Explicación preliminar



2. Las organizaciones

1. - La organización como un sistema
2. - Caracteres formales de las organizaciones
3. - Caracteres informales de las organizaciones
4. - Organización formal vs. organización informal
5. - Clasificación de las organizaciones

3. Los complejos organizativos

4. Los sistemas mayores

5. El sistema social

6. Los macroescenarios mundiales

1. - La estructura de los macroescenarios mundiales
2. - La dinámica de los macroescenarios mundiales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA ECONÓMICO

1. Marco conceptual básico

2. Aspectos configurativos del sistema económico

1. - Los sectores económicos
2. - Las organizaciones económicas
3. - Las organizaciones socioeconómicas de apoyo.
4. - El régimen económico
5. - La cultura económica

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS ORGANIZACIONES ECONÓMICAS

1. Concepto de organización económica

2. Concepto de empresa

3. Objetivos de las organizaciones económicas

4. Clasificación de las organizaciones económicas

1. - Según sea unipersonales o pluripersonales
2. - Según el volumen de sus operaciones
3. - Según el ámbito territorial de actuación
4. - Según el grado de complejidad
5. - Según sean estatales, no estatales o mixtas
6. - Según el sector de la economía en el que desarrollan su actividad

5. El tratamiento sistémico de las organizaciones económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS INTRAORGANIZACIONAL

1. Concepto preliminar

2. El objeto de la organización o del sistema

3. El tipo de organización

4. La estructura de la organización

1. - La disposición de las unidades organizativas
2. - Localización, instalaciones y ámbito de desarrollo operacional
3. - Tamaño y calificación de acuerdo a los parámetros legales y económicos (pequeña, mediana o grande)
4. - La naturaleza del producto
5. - La clasificación del producto

6. - La tecnología de producción
7. - Características del producto
5. Centralización y descentralización. Departamentalización
6. La dinámica de la organización. Funciones. Clasificación
 1. - Funciones generales y específicas
 2. - Funciones de relación interna y funciones de relación externa
 3. - Funciones medios y funciones fines
 4. - Funciones operativas, auxiliares y administrativas
 5. - Funciones según la actividad
7. Sistemas funcionales
 1. - El subsistema de gobierno o de decisión
 2. - El subsistema de gestión operacional
8. El subsistema de recurso humano
9. Los subsistemas de comunicación e información
 1. - Los subsistemas de comunicación e información intraorganizacionales
 2. - Los subsistemas de comunicación e información extraorganizacionales
10. El subsistema de organización financiera y contable
11. El subsistema de control
12. La cultura organizacional
 1. - La cultura corporativa
 2. - El clima organizacional
 3. - La cultura marginal.
 4. - Tipologías de la cultura organizacional
13. El cambio organizacional
14. La incertidumbre organizacional
15. El conflicto organizacional
 1. - Efectos o consecuencias del conflicto
 2. - Diagnóstico del conflicto
 3. - Tratamiento del conflicto

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CONTEXTO DE LAS ORGANIZACIONES ECONÓMICAS

1. El contexto o ambiente. Concepto preliminar
2. Contexto inmediato u operativo de actuación. El mercado.
3. El régimen de mercado
 1. - El mercado de competencia perfecta
 2. - El mercado de competencia imperfecta
4. El mercado de factores
 1. - El mercado de materia prima
 2. - El mercado de recursos humanos
 3. - El mercado financiero
5. Dinámica del mercado de factores
6. El mercado de productos.
 1. - La estructura del mercado de productos
 2. - La dinámica del mercado de productos
7. Aspectos comunes respecto a la cultura y comportamiento del mercado
8. La competencia
9. Complejidad, cambio e incertidumbre
 1. - Complejidad



- 2. - Cambio
- 3. - Incertidumbre
- 10. Simetría y asimetría frente al mercado
- 11. El contexto mediato. El sistema económico
- 12. El contexto mediato. El sistema político
- 13. Los macroescenarios mundiales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CATEGORÍAS METODOLÓGICAS PARA EL ANÁLISIS SISTÉMICO

- 1. Aspectos configurativos.
- 2. Categorías metodológicas
 - 1. - Metodología de investigación descriptiva, descriptiva- explicativa y de hipótesis descubrimiento
 - 2. - Metodología de predicción
 - 3. - Metodologías de proyección
 - 4. - La metodología prospectiva
 - 5. - Metodologías de conexión

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA METODOLOGÍA ADMINISTRATIVA

- 1. Conceptos básicos
- 2. Los elementos de la investigación
- 3. La metodología aplicable a la administración. Niveles
 - 1. - El enfoque
 - 2. - Los métodos
 - 3. - Las técnicas
 - 4. - Métodos y técnicas cuantitativos y cualitativos
 - 5. - Los instrumentos o herramientas
- 4. Técnicas que se han constituido en nuevas disciplinas en el marco de la administración
 - 1. - Coaching
 - 2. - Benchmarking
 - 3. - Marketing
 - 4. - Merchandising
 - 5. - Investigación operativa
 - 6. - Logística
 - 7. - Outsourcing
 - 8. - Rightsizing
 - 9. - Trazabilidad
 - 10. - Packing
- 5. Los indicadores y los índices
 - 1. - Con relación a la organización
 - 2. - Con relación al macroentorno económico
 - 3. - Con relación al macroentorno político
 - 4. - Con relación al sistema social
 - 5. - Con relación a los macroescenarios mundiales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

- 1. Concepto preliminar



2. La administración estratégica. Origen e importancia
3. El lenguaje y la metodología estratégica
4. El análisis organizacional en el diagnóstico estratégico
 1. - Determinación del emprendimiento o reformulación del negocio
 2. - Determinación de la actitud empresarial para actuar con pensamiento estratégico
 3. - El papel asignado al liderazgo
 4. - La estructura organizacional en la concepción estratégica
 5. - La importancia de la cultura estratégica
 6. - La construcción de escenarios
5. El contexto en el diagnóstico estratégico
 1. - El contexto nacional
6. El contexto económico internacional
7. Posicionamiento en el mercado
8. El pronóstico o plan estratégico
 1. - Determinación de la finalidad o interés
 2. - Alternativas estratégicas
 3. - Definir o redefinir la misión y visión
 4. - Objetivos globales
 5. - Objetivos sectoriales
 6. - Políticas
 7. - Gestión estratégica frente al mercado de factores
9. Definición o redefinición de la misión y la visión
 1. - Establecimiento de objetivos
 2. - Formulación de políticas
10. Los escenarios económicos y su influencia en la formulación de las políticas de comercialización
 1. - Establecimiento de procedimientos
11. Evaluación
 1. - Los indicadores cuantitativos en el control de gestión
 2. - Los indicadores cualitativos en el control de gestión
12. Evolución y perspectivas del pensamiento estratégico

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Administración sistémica y estratégica: un enfoque metodológico. Autores: Juan Farrés Cavagnaro. Publicado por Delta Publicaciones

PARTE 3. FUSIONES Y ADQUISICIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS DE FUSIONES Y ADQUISICIONES

1. Contabilidad de Sociedades: Contextualización
2. Aspectos generales de la Sociedad Anónima
3. La acción como eje fundamental de la Sociedad Anónima
4. El patrimonio neto

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES

1. Introducción y Aspectos legales
2. Procedimientos de fundación
3. Problemática contable de los gastos de constitución
4. Aportaciones no dinerarias



5. Accionistas morosos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. AMPLIACIONES DE CAPITAL

1. Introducción
2. Aspectos legales
3. Tratamiento de la prima de emisión y derechos de suscripción preferentes
4. Procedimientos de ampliación de capital
5. Ampliación de capital en otras empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDUCCIONES DE CAPITAL

1. Introducción
2. Aspectos legales
3. Procedimientos de reducción de capital
4. Reducción de capital de otras sociedades

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MANIOBRAS BURSÁILES ESPECIALES

1. Las ofertas públicas de adquisición (OPAs).
2. Las ofertas públicas de suscripción (OPS).
3. Las ofertas públicas de exclusión (OPE).
4. Las ofertas públicas de venta (OPV).
5. Los splits y los contrasplits.
6. Leveraged buy out

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

1. Aspectos legales y causas de liquidación
2. Periodo de liquidación
3. Reflejo contable del proceso disolutorio
4. Transformación de la Sociedad

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTABILIDAD PARA FUSIONES

1. Introducción y aspectos legales
2. Aspectos contables de la fusión de sociedades
3. Apuntes contables de la absorbente y la absorbida

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FUSIÓN ENTRE ENTIDADES NO LUCRATIVAS

1. Norma 10ª de valoración del PGCESFL
2. Aspectos generales en la fusión de sociedades
3. Fusión de sociedades no lucrativas
4. Combinación de negocios
5. Ejercicio resuelto de fusión de sociedades

PARTE 4. ESTRATEGIA EMPRESARIAL

MÓDULO 1. 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

MÓDULO 2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA EMPRESA SOSTENIBLE

1. Introducción a la RSC
2. Principios y Valores de la Ética
3. La Empresa Tradicional y el Cambio de Modelo
4. Concepto de Responsabilidad Social Corporativa.
5. ¿Qué elementos debe contener la RSC?
6. Implantación de la RSC: la peculiaridad de las PYMES
7. Análisis de la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS VALORES ÉTICOS DE LA RSC

1. La Empresa Responsable y Sostenible: sus Valores Éticos
2. Valores y principios de la empresa tradicional
3. Valores y principios de la empresa responsable y sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL NUEVO MODELO DE EMPRESA RESPONSABLE SOSTENIBLE

1. Fundamentos de la Empresa Socialmente Responsable
2. Características de la Empresas Socialmente Responsable
3. Creación de Valor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

1. Dirección de la empresa responsable sostenible
2. El Gobierno Corporativo
3. Ética Directiva en la Empresa Responsable y Sostenible
4. Auditorías éticas y de RSC
5. El Diseño de un Programa de Actuación de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS OBJETIVOS Y LA GESTIÓN DE LA RSC EN LAS ORGANIZACIONES

1. Formulación de objetivos de RSC
2. Planificación y programación de las actividades de la RSC
3. Control y seguimiento de los avances en RSC
4. Metodología para Implantar un Proceso de Gestión de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS



1. Los Grupos de Interés
2. Concepto y Tipología de los stakeholders
3. Las Relaciones con los Grupos de Interés
4. La RSC y los distintos Grupos de Interés

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL MUNDO

1. La RSC en materia de Derechos humanos
2. La RSC en materia de Derechos laborales
3. La RSC en materia Medioambiental
4. La RSC en el ámbito de la Protección de Datos a nivel internacional
5. Otras Normas e Iniciativas Internacionales sobre RSC
6. Ventajas prácticas de la aplicación de la RSC en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EUROPA

1. Instrumentos de RSC a nivel europeo
2. Antecedentes de la RSC en la Unión Europea
3. Estado de la RSC a nivel europeo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ESPAÑA

1. Introducción a la RSC en España
2. La RSC en el ámbito de los Derechos Humanos
3. La RSC en el ámbito de los Derechos Laborales
4. La RSC en el ámbito de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres
5. La RSC en el ámbito de la protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA NORMATIVA ISO 26000

1. Introducción a la Norma ISO 26000
2. Antecedentes históricos
3. Propósitos de la Norma ISO 26000
4. Características de la Norma ISO 26000
5. Terminología aplicada a la Norma ISO 26000
6. Estructura y contenido de la Norma ISO 26000
7. Principales grupos de stakeholders que intervienen en la Norma ISO 26000
8. Actuaciones respecto a la Norma ISO 26000

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. MODELO RS10

1. Introducción al modelo RS10
2. Concepto de auditoría
3. La Responsabilidad Social Corporativa según el modelo RS10
4. Auditorías en los sistemas de gestión según el modelo RS10
5. Sistemas de gestión de la Responsabilidad Social
6. Gestión de los recursos según el modelo RS10
7. Requisitos del sistema de gestión de la Responsabilidad Social ante los grupos de interés
8. Medición, análisis y mejora del sistema de gestión de la RS

PARTE 5. MARKETING ESTRATÉGICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ESTRATÉGICO: CONCEPTOS GENERALES

1. Planificación estratégica: Pasos
2. El rol del marketing dentro de la empresa
3. Situación y estrategias de marketing: Análisis
4. Proceso de orientación al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

1. Segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Requisitos para una segmentación eficaz: Segmentación de mercados de consumo e industriales
3. Estrategias de cobertura del mercado
4. Segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA: PROCESO DE ANÁLISIS

1. Conceptos generales
2. Análisis de la demanda
3. Cuota de mercado de una marca: Análisis de sus componentes
4. Selección y del intercambio de la marca: Los modelos explicativos
5. Los factores que condicionan el atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor
2. El proceso de la cultura
3. Similitudes y diferencias de los valores culturales
4. Factores sociológicos de consumo
5. Etapas del proceso de decisión del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO

1. Posicionamiento en el mercado
2. Elementos que forman el posicionamiento
3. Tipos de estrategias de posicionamiento
4. Períodos y mapas de posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REPUTACIÓN DE LA MARCA Y BRANDING

1. Naturaleza y estructura de marca
2. Valor de marca: Brand equity
3. Marcas corporativas y marcas producto
4. La imagen como elemento de comunicación
5. Reputación corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLAN DE MARKETING

1. Plan de marketing



2. Procesos en el diseño del Plan de Marketing
3. Tipos de control en la ejecución del Plan de Marketing
4. Fases en el desarrollo del plan de marketing

PARTE 6. GESTIÓN I+D

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INNOVACIÓN COMO NECESIDAD

1. La innovación como cromosoma empresarial
2. Objetivos de la estrategia innovadora
3. ¿Qué se considera innovación?
4. Tipos de innovación
5. Fuentes de la innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HACIA LA EMPRESA INNOVADORA

1. La estrategia hacia la innovación
2. Liderazgo y motivación para la innovación
3. La mentalidad emprendedora
4. La gestión de proyectos
5. El Proceso de I+D+i

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ¿CÓMO SE GESTIONA LA INNOVACIÓN?

1. Definición de la gestión de la innovación
2. Concepto y tipos de innovación
3. Fundamentos de la innovación tecnológica
4. El proceso de I+D+i y modelos de gestión
5. Agentes, actividades y técnicas de gestión de la innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CASO PARTICULAR DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

1. ¿Qué se considera innovación tecnológica?
2. Tipología de la tecnología
3. La innovación tecnológica en la empresa
4. Implantación de un Plan de Actuación Tecnológico
5. Transferencia tecnológica

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VIGILANCIA TECNOLÓGICA

1. Tipos de vigilancia tecnológica
2. Aspectos esenciales de la vigilancia tecnológica
3. Búsqueda de información
4. Implantación de la vigilancia tecnológica

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTUDIO DE LA TENDENCIA TECNOLÓGICA

1. Introducción
2. Concepto y nociones esenciales de la prospectiva tecnológica
3. Tipología de técnicas para la prospectiva tecnológica



4. Requisitos de implantación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DESIGN THINKING

1. Concepto de Design Thinking
2. Áreas de aplicación y potenciales beneficios
3. Creatividad y desarrollo de nuevos productos
4. Premisas Fundamentales
5. El proceso de innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA I+D+i. UNE 166002

1. Introducción
2. Sistema de gestión de la I+D+i
3. Objetivos y planificación de I+D+i
4. Soporte a la I+D+i
5. Desarrollo de proyectos I+D+i
6. Evaluación del desempeño del sistema de gestión.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CERTIFICACIÓN DE UN PROYECTO DE I+D+i

1. ¿Qué es un proyecto de I+D+i?
2. Certificaciones de proyectos de I+D+i
3. Organismos certificadores
4. ¿Cómo conseguir la certificación?
5. Ventajas de certificar el proyecto de I+D+i

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FINANCIACIÓN DE PROYECTOS

1. Búsqueda de canales de financiación
2. Financiación pública
3. Financiación privada
4. Métodos alternativos de financiar la innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PROPIEDAD INTELECTUAL. CONCEPTO DE AUTOR

1. Concepto de autor
2. Derechos de autor
3. Supuestos especiales de autoría

UNIDAD DIDÁCTICA 12. REGISTROS DE OBRAS Y PROTECCIÓN PREVENTIVA

1. Introducción
2. Registro General de la Propiedad Intelectual
3. Registros privados de propiedad intelectual
4. Símbolos o indicativos de la reserva de derechos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PATENTES, DISEÑOS INDUSTRIALES Y MODELOS DE UTILIDAD

1. Requisitos de una patente



2. Clases de patentes
3. Procedimiento de registro de patentes
4. Diseños industriales
5. Modelos de utilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. OPEN INNOVATION

1. Definición y beneficios de la Open Innovation.
2. Nuevas oportunidades de negocio. Aprovechamiento
3. Clúster y su relación con la Open Innovation
4. Innovación Inversa
5. Oportunidades de innovación y la glocalización





EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group