



# Masters Profesionales

Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias + 8 Créditos ECTS



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

# Índice

Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias + 8 Créditos ECTS

1. Sobre INESEM

2. Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias + 8  
Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Por qué elegir INESEM?

6. Orientación

7. Financiación y Becas

# SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



## Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias + 8 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
CRÉDITOS ECTS	8
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

## Titulación Masters Profesionales

Doble titulación:

- Título Propio Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias expedido por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM). "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."
- Título Propio Universitario en Logística y Gestión de Operaciones expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 8 créditos ECTS

# Resumen

Este Master online en Gestión de Empresas Agroalimentarias posibilita la adquisición de habilidades directivas en cualquier empresa del sector. Gracias a esta formación podrás llevar a cabo la modernización, internacionalización y mejora de la organización de una empresa de alimentación, ya sea PYME o gran empresa. Adquiere un perfil multidisciplinar y enfocado en un sector siempre en crecimiento y demandado como es el de la agroalimentación. Haz crecer tu empresa mejorando la optimización de sus recursos y alcanzando nuevos objetivos empresariales. INESEM pone a disposición la mejor formación online con contenidos aplicados a la realidad empresarial y el apoyo del mejor equipo docente especializado.

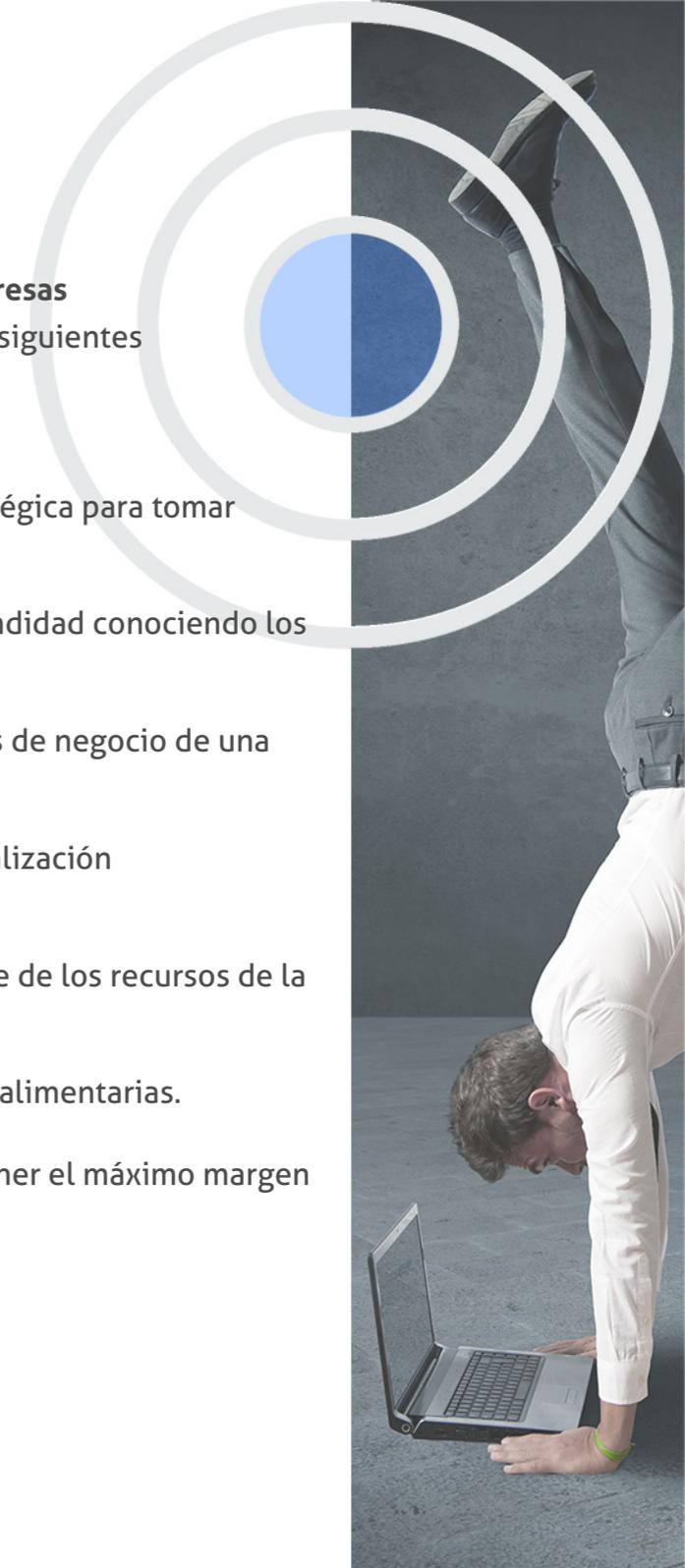
## A quién va dirigido

El Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias va dirigido a directivos y dueños de empresas del sector que quieran desarrollar una gestión más eficiente y alcanzar nuevos objetivos estratégicos de crecimiento. Ya seas gerente o responsable de un área determinada de una empresa agroalimentaria, este master te dotará de las habilidades profesionales necesarias para destacar.

# Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias + 8 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Adquirir una capacidad analítica y una visión estratégica para tomar decisiones que garanticen el éxito.
- Conocer el sector de la agroalimentación en profundidad conociendo los factores y agentes clave que lo determinan.
- Conseguir un dominio total de las principales áreas de negocio de una empresa agroalimentaria.
- Desarrollar una estrategia de marketing y comercialización diferenciadora y con una visión global.
- Optimizar y supervisar que se haga un uso eficiente de los recursos de la empresa.
- Implementar la digitalización en las empresas agroalimentarias.
- Optimizar costes logísticos y financieros para obtener el máximo margen de beneficio en cada operación.





¿Y, después?

### Para qué te prepara

El Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias te prepara para liderar proyectos ganadores en el sector. Desenvuélvete en todas las facetas de gestión relacionadas con la empresa agroalimentaria con éxito. Este master te prepara para conocer mejor el sector, así como las oportunidades y amenazas que lo caracterizan. Te dota de herramientas de gestión estratégica y operativa para abordar con éxito los retos de tu empresa.

### Salidas Laborales

Con el Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias te convertirás en un gerente o CEO altamente cualificado para impulsar el crecimiento de cualquier empresa agroalimentaria. Conviértete además en un especialista o responsable de departamento como puede ser marketing, comercialización, finanzas, logística, recursos humanos, etc. dentro del sector de la agroalimentación.

# ¿Por qué elegir INESEM?



# PROGRAMA ACADÉMICO

Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias + 8 Créditos ECTS

Módulo 1. **El sector agroalimentario y su marco normativo**

Módulo 2. **Dirección estratégica**

Módulo 3. **Fundamentos de gestión económica-financiera**

Módulo 4. **Gestión de recursos humanos**

Módulo 5. **Gestión empresarial: marketing y comercialización**

Módulo 6. **Logística y gestión de operaciones**

Módulo 7. **Exportaciones de productos agroalimentarios**

Módulo 8. **Implantación de sistemas de calidad alimentaria en la industria agroalimentaria**

Módulo 9. **La transformación digital**

Módulo 10. **Proyecto fin de máster**

### Módulo 1.

## El sector agroalimentario y su marco normativo

### Unidad didáctica 1.

#### El sector agroalimentario

---

1. Introducción al sector agroalimentario
2. aracterísticas 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 sustitutos
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

### 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:
3. UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE IMPREVISTOS E INCIDENCIAS EN LA CADENA LOGÍSTICA
4. Incidencias, imprevistos y errores humanos en el proceso de distribución
5. Puntos críticos del proceso. Importancia cualitativa y monetaria de las mismas
6. Análisis de determinados procesos críticos:
7. Seguimiento y localización física de la mercancía en el proceso de distribución
8. Sistemas informáticos y tecnología aplicada: GPS, satélite, radiofrecuencia
9. Acceso del cliente a la información
10. Determinación de responsabilidades en una incidencia
11. En diversos supuestos prácticos, cómo actuar en una incidencia
12. 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 gap 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 30

---

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

Módulo 10.  
**Proyecto fin de máster**

# metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

## Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

## Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

## Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

## Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

## Comunidad

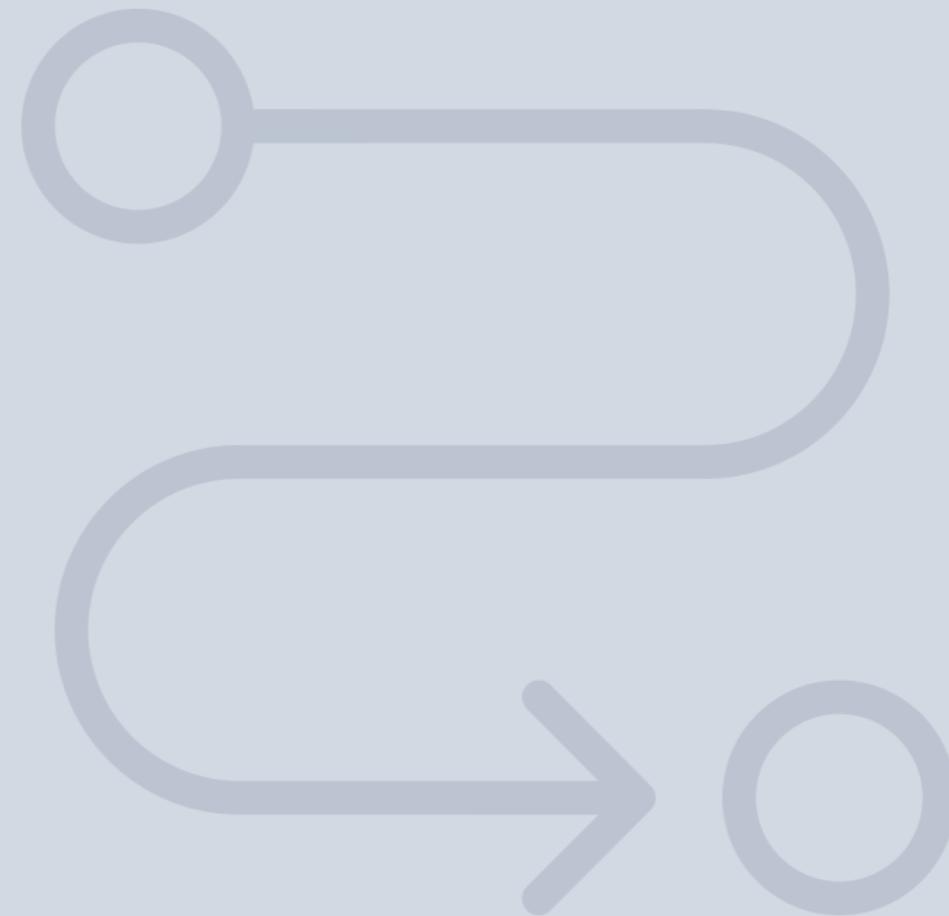
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





## SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



# Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello  
**100%**  
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

**Beca desempleo**

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

**Beca emprende**

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

**Beca alumnos**

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

# Masters Profesionales

Master en Gestión de Empresas Agroalimentarias + 8  
Créditos ECTS

*Impulsamos tu carrera profesional*



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

[www.inesem.es](http://www.inesem.es)



958 05 02 05 [formacion@inesem.es](mailto:formacion@inesem.es)

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.