

Máster of Business Engineering - MBE



Plan de estudios

90 créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System)

MÓDULO 1 : 24 créditos

Matemáticas Financieras y fiscal

- Tipos de leyes financieras
- Descuentos simples y compuestos
- Rentas
- La inflación
- Capitalización fraccionada
- Amortizaciones de créditos
- Inversiones
- VAN
- TIR
- Payback
- Negociación
- Impuestos

Contabilidad financiera y costes

- Teoría de las estructuras
- Sistema contable
- Instrumentación contable
- Existencias
- Deudores y cuentas a cobrar
- Inmovilizado material
- Inmovilizado intangible
- Financiación
- Ingresos y gastos
- Ciclo contable
- Cuentas a pagar
- Contabilidad de costes
- Modelos organizativos
- Modelos de asignación
- Combinación de modelos de costes

Dirección comercial

El principal objetivo de la asignatura consiste en adquirir conocimientos sobre qué significa dirigir, de forma profesional, a Equipos Comerciales y poder desarrollar una estrategia y estructura comerciales encaminada a lograr una comercialización exitosa de cualquier producto o servicio.

- Propuesta de valor
- Estructura comercial
- Gestión de equipos
- Gestión de cartera y territorio
- Estrategias comerciales
- Planificación comercial

Herramientas de productividad personal

El objetivo de la asignatura es dominar el programa Excel programando con las estructuras Macros.

- Introducción a las macros
- Creación de macros
- Recursos interesantes
- Userforms
- Importación de datos en Excel
- Dashboarding integral y documento de reporting

MÓDULO 2 : 18 créditos

Finanzas Operativas

- Análisis económico y financiero de la empresa
- Diagnóstico financiero en base a estados contables
- Gestión del capital de trabajo y proyecciones financieras
- Relación entre crecimiento y financiación externa
- Necesidades estacionales de fondos
- Análisis del riesgo de crédito de la banca
- Financiación a largo plazo
- Diagnóstico y recomendaciones

Finanzas Corporativas

- Valoración de empresas
- Coste de capital. Estructura financiera y valoración
- Fusiones y adquisiciones M&A
- Mercado de valores
- Estructuras de financiación / Renta fija
- Instrumentos financieros derivados

Marketing y ventas

El principal objetivo de la asignatura consiste en adquirir conocimientos sobre qué significa dirigir el Departamento de Marketing, las funciones del marketing a sus distintos niveles estratégicos y operativos y el vínculo que éste tiene con los distintos departamentos de la empresa.

- Introducción al marketing
- Plan de marketing
- Investigación de mercados
- Gestión de clientes

- Estrategia de marketing
- Experiencia de clientes y tendencias
- Marketing relacional
- Neuromarketing
- Marketing digital y web
- Plan de marketing online
- Social selling
- El plan de marketing en la práctica

MÓDULO 3 : 18 créditos

Emprendimiento

- Elegir el modelo de negocio óptimo
- Plan de Negocio
- Modelo Canvas
- Segmentos de clientes
- Propuesta de valor empresarial
- Modelo de ingresos
- Recursos
- Accionariado
- Estructura de costes
- Plan de empresa
- Datos básicos del proyecto
- Promotores
- Productos y servicios
- Plan de producción
- Análisis del mercado
- Plan de inversiones
- Cuenta de resultados
- Modelos de financiación

Entorno Económico

- Herramientas de control de la economía
- Análisis PEST
- Sistemas económicos
- Agentes económicos y productivos
- La producción y la empresa
- Funcionamiento del mercado
- El crecimiento económico
- Política monetaria
- Comercio internacional
- Globalización
- Proceso estratégico

Desarrollo personal

El mundo laboral implica dominar dos habilidades que no se enseñan en los estudios obligatorios: tomar decisiones y gestionar relaciones con confianza. La asignatura tiene por objetivos:

1. Facilitar herramientas para que cada persona se convierta en la mejor versión de sí mismo a través de poner consciencia en el poder personal para liderar cada decisión y situación desde la estrategia y la libertad individual.

2. Lograr obtener la máxima eficacia y eficiencia con el mínimo desgaste de energía.

3. Construir el rol profesional desde una estrategia activa y no reactiva.

- Piensa en grande
- Actúa en pequeño
- Creencias limitantes
- Mentalidad ganadora
- Comunicación consciente
- Empatía y valores
- Escucha activa
- Expresión oral

MÓDULO 4 : 18 créditos

Mercados financieros

- Agentes financieros
- Activos financieros
- Riesgos de los activos financieros
- Eficiencia del mercado
- Mercados monetarios
- Mercado de renta fija
- Mercado de renta variable
- Opciones financieras

Estrategia competitiva y operaciones

- El éxito empresarial
- Dirección estratégica
- Objetivos estratégicos
- Análisis competitivo
- Porter
- Implantación de la estrategia

Derecho Mercantil y fiscal

- Fuentes de derecho mercantil
- La empresa
- El empresario mercantil
- Derecho industrial
- Sociedades mercantiles
- Obligaciones y contratos mercantiles
- Modelos de contrato
- Depósitos y préstamos
- Derecho concursal
- Fiscalidad de la empresa

PROYECTO FINAL DE MASTER TFM : 12 créditos

El TFM se realiza en colaboración con una empresa y guiado por un tutor.