



master



Master en
**Asuntos Públicos:
Lobby, Diplomacia
Corporativa y Análisis
de Inteligencia**



INEAF
BUSINESS SCHOOL

INEAF Business School



Índice

Master en **Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de Inteligencia**

1. Historia
2. Titulación Master en Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de Inteligencia
[Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) / [Objetivos](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [INEAF Plus](#)
3. Metodología de Enseñanza
4. Alianzas
5. Campus Virtual
6. Becas
7. Claustro Docente
8. Temario Completo



Historia

Ineaf Business School



En el año 1987 nace la primera promoción del Máster en Asesoría Fiscal impartido de forma presencial, a sólo unos metros de la histórica Facultad de Derecho de Granada. Podemos presumir de haber formado a profesionales de éxito durante las 27 promociones del Máster presencial, entre los que encontramos abogados, empresarios, asesores fiscales, funcionarios, directivos, altos cargos públicos, profesores universitarios...

El Instituto Europeo de Asesoría Fiscal INEAF ha realizado una apuesta decidida por la innovación y nuevas tecnologías, convirtiéndose en una Escuela de Negocios líder en formación fiscal y jurídica a nivel nacional.

Ello ha sido posible gracias a los cinco pilares que nos diferencian:

- **Claustro** formado por profesionales en ejercicio.
- **Metodología y contenidos** orientados a la práctica profesional.
- **Ejemplos y casos prácticos** adaptados a la realidad laboral.
- **Innovación** en formación online.
- **Acuerdos** con Universidades.



Master en Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de Inteligencia

DURACIÓN	1500 H
PRECIO	2195 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:

INEAF - Instituto Europeo de Asesoría Fiscal



Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Master Profesional

Título Propio Máster en Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de Inteligencia expedido por el Instituto Europeo de Asesoría Fiscal (INEAF) "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."



Resumen

Este Master en Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de Inteligencia te aporta los conocimientos y herramientas necesarias para formar a las futuras generaciones de consultores en asuntos públicos y para dotarles de capacidad de operar y desarrollar proyectos a nivel internacional. Este máster te permite estar vinculado exclusivamente a la comunicación, política o al liderazgo político. Esta propuesta repara, además, en dos aspectos estrechamente vinculados a los asuntos públicos: la diplomacia pública y la inteligencia económica.

A quién va dirigido

El Master está dirigido a formar a profesionales de los asuntos públicos, el lobby, las relaciones institucionales, la diplomacia corporativa y la comunicación institucional y corporativa, y a quienes desarrollan labores de consultoría tanto en el sector público como en el privado y en el tercer sector.

Objetivos

Con el Master en **Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de Inteligencia** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Adquirir las herramientas necesarias para analizar e intervenir en los procesos regulatorios.
- Incorporar los conocimientos y técnicas necesarias para analizar y comprender los procesos de formación, desarrollo y evolución.
- Aprender las técnicas y métodos principales de análisis de inteligencia de negocio.
- Integrar los conocimientos de comunicación pública necesarios para alcanzar objetivos de influencia social y empresarial.
- Desarrollar capacidades de marketing estratégico.





¿Y, después?

INEAF *Plus*. Descubre las ventajas

SISTEMA DE CONVALIDACIONES INEAF

La organización modular de nuestra oferta formativa permite formarse paso a paso; si ya has estado matriculado con nosotros y quieres cursar nuevos estudios solicita tu plan de convalidación. No tendrás que pagar ni cursar los módulos que ya tengas superados.

ACCESO DE POR VIDA A LOS CONTENIDOS ONLINE

Aunque haya finalizado su formación podrá consultar, volver a estudiar y mantenerse al día, con acceso de por vida a nuestro Campus y sus contenidos sin restricción alguna.

CONTENIDOS ACTUALIZADOS

Toda nuestra oferta formativa e información se actualiza permanentemente. El acceso ilimitado a los contenidos objeto de estudio es la mejor herramienta de actualización para nuestros alumno/as en su trabajo diario.

DESCUENTOS EXCLUSIVOS

Los antiguos alumno/as acceden de manera automática al programa de condiciones y descuentos exclusivos de INEAF Plus, que supondrá un importante ahorro económico para aquellos que decidan seguir estudiando y así mejorar su currículum o carta de servicios como profesional.



OFERTAS DE EMPLEO Y PRÁCTICAS

Desde INEAF impulsamos nuestra propia red profesional entre nuestros alumno/as y profesionales colaboradores. La mejor manera de encontrar sinergias, experiencias de otros compañeros y colaboraciones profesionales.

NETWORKING

La bolsa de empleo y prácticas de INEAF abre la puerta a nuevas oportunidades laborales. Contamos con una amplia red de despachos, asesorías y empresas colaboradoras en todo el territorio nacional, con una importante demanda de profesionales con formación cualificada en las áreas legal, fiscal y administración de empresas.

¿PARA QUÉ TE PREPARA?

Este Master en Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de inteligencia te preparará para la dirección y gestión de asuntos públicos en sus distintas vertientes, como las relaciones institucionales, la diplomacia corporativa y el lobby.

SALIDAS LABORALES

El Master en Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de inteligencia te capacita para trabajar como asesor en materia de consultoría política y empresarial, asuntos públicos y comunicación en departamentos de relaciones institucionales. Así como participar en gabinetes de comunicación de gobiernos locales, regionales y hasta nacionales.

En INEAF ofrecemos oportunidades de formación sin importar horarios, movilidad, distancia geográfica o conciliación.

Nuestro método de estudio online se basa en la integración de factores formativos y el uso de las nuevas tecnologías. Nuestro equipo de trabajo se ha fijado el objetivo de integrar ambas áreas de forma que nuestro alumnado interactúe con un CAMPUS VIRTUAL ágil y sencillo de utilizar. Una plataforma diseñada para facilitar el estudio, donde el alumnado obtenga todo el apoyo necesario, ponemos a disposición del alumnado un sinfín de posibilidades de comunicación.

Nuestra metodología de aprendizaje online, está totalmente orientada a la práctica, diseñada para que el alumnado avance a través de las unidades didácticas siempre prácticas e ilustradas con ejemplos de los distintos módulos y realice las Tareas prácticas (Actividades prácticas, Cuestionarios, Expedientes prácticos y Supuestos de reflexión) que se le irán proponiendo a lo largo del itinerario formativo.

Al finalizar el máster, el alumnado será capaz de transformar el conocimiento académico en conocimiento profesional.

metodología INEAF



Profesorado y servicio de tutorías

Todos los profesionales del Claustro de INEAF compatibilizan su labor docente con una actividad profesional (Inspectores de Hacienda, Asesores, Abogados ...) que les permite conocer las necesidades reales de asesoramiento que exigen empresas y particulares. Además, se encargan de actualizar continuamente los contenidos para adaptarlos a todos los cambios legislativos, jurisprudenciales y doctrinales.

Durante el desarrollo del programa el alumnado contará con el apoyo permanente del departamento de tutorización. Formado por especialistas de las distintas materias que ofrecen al alumnado una asistencia personalizada a través del servicio de tutorías on-line, teléfono, chat, clases online, seminarios, foros ... todo ello desde nuestro CAMPUS Online.

Materiales didácticos

Al inicio del programa el alumnado recibirá todo el material asociado al máster en papel. Estos contenidos han sido elaborados por nuestro claustro de expertos bajo exigentes criterios de calidad y sometido a permanente actualización. Nuestro sistema de Campus online permite el acceso ilimitado a los contenidos online y suministro gratuito de novedades y actualizaciones que hacen de nuestros recursos una valiosa herramienta para el trabajo diario.



Alianzas

En INEAF, las **relaciones institucionales** desempeñan un papel fundamental para mantener el máximo grado de excelencia en nuestra oferta formativa y situar a nuestros alumno/as en el mejor escenario de oportunidades laborales y relaciones profesionales.



ASOCIACIONES Y COLEGIOS PROFESIONALES

Las alianzas con asociaciones, colegios profesionales, etc. posibilitan el acceso a servicios y beneficios adicionales a nuestra comunidad de alumno/as.



EMPRESAS Y DESPACHOS

Los acuerdos estratégicos con empresas y despachos de referencia nos permiten nutrir con un especial impacto todas las colaboraciones, publicaciones y eventos de INEAF. Constituyendo INEAF un cauce de puesta en común de experiencia.

CALIDAD

PRÁCTICO

ACTUALIZADO

Si desea conocer mejor nuestro Campus Virtual puede acceder como invitado al curso de demostración a través del siguiente enlace:

alumnos.ineaf.es

campus virtual

En nuestro afán por adaptar el aprendizaje a la filosofía 3.0 y fomentar el empleo de los nuevos recursos tecnológicos en la empresa, **hemos desarrollado un Campus virtual (Plataforma Online para la Formación 3.0) exclusivo de última generación con un diseño funcional e innovador.**

Entre las herramientas disponibles encontrarás: servicio de tutorización, chat, mensajería y herramientas de estudio virtuales (ejemplos, actividades prácticas – de cálculo, reflexión, desarrollo, etc.-, vídeo-ejemplos y videotutoriales, además de “supercasos”, que abarcarán módulos completos y ofrecerán al alumnado una visión de conjunto sobre determinadas materias).

El Campus Virtual permite establecer contacto directo con el equipo de tutorización a través del sistema de comunicación, permitiendo el intercambio de archivos y generando sinergias muy interesantes para el aprendizaje.

El alumnado dispondrá de **acceso ilimitado a los contenidos** contando además con manuales impresos de los contenidos teóricos de cada módulo, que le servirán como apoyo para completar su formación.

En INEAF apostamos por tu formación y ofrecemos un **Programa de becas y ayudas al estudio**. Somos conscientes de la importancia de las ayudas al estudio como herramienta para garantizar la inclusión y permanencia en programas formativos que permitan la especialización y orientación laboral.

BECAS

BECA DESEMPLEO, DISCAPACIDAD Y FAMILIA NUMEROSA	BECA ALUMNI	BECA EMPRENDE, GRUPO	BECA RECOMIENDA
<p>Documentación a aportar (desempleo):</p> <ul style="list-style-type: none"> Justificante de encontrarse en situación de desempleo <p>Documentación a aportar (discapacidad):</p> <ul style="list-style-type: none"> Certificado de discapacidad igual o superior al 33 %. <p>Documentación a aportar (familia numerosa):</p> <ul style="list-style-type: none"> Se requiere el documento que acredita la situación de familia numerosa. 	<p>Documentación a aportar:</p> <ul style="list-style-type: none"> No tienes que aportar nada. ¡Eres parte de INEAF! 	<p>Documentación a aportar (emprende):</p> <ul style="list-style-type: none"> Estar dado de alta como autónomo y contar con la última declaración-liquidación del IVA. <p>Documentación a aportar (grupo):</p> <ul style="list-style-type: none"> Si sois tres o más personas, podréis disfrutar de esta beca. 	<p>Documentación a aportar:</p> <ul style="list-style-type: none"> No se requiere documentación, tan solo venir de parte de una persona que ha estudiado en INEAF previamente.
20%	25%	15%	15%

Para más información puedes contactar con nosotros en el teléfono 958 050 207 y también en el siguiente correo electrónico: formacion@ineaf.es

El Claustro Docente de INEAF será el encargado de analizar y estudiar cada una de las solicitudes, y en atención a los **méritos académicos y profesionales** de cada solicitante decidirá sobre la concesión de **beca**.

A photograph of three professionals sitting around a wooden conference table in a room with bookshelves. A man with glasses and a suit is on the left, a woman in a pink top is in the middle, and a man in a suit and glasses is on the right. They are looking towards the camera. On the table are papers, a calculator, and a pen holder.

"Preparamos profesionales con casos prácticos,
llevando la realidad del mercado laboral a
nuestros Cursos y Másteres"

Claustro docente

Nuestro equipo docente está formado por Inspectores de Hacienda, Abogados, Economistas, Graduados Sociales, Consultores, ... Todos ellos profesionales y docentes en ejercicio, con contrastada experiencia, provenientes de diversos ámbitos de la vida empresarial que aportan aplicación práctica y directa de los contenidos objeto de estudio, contando además con amplia experiencia en impartir formación a través de las TICs.

Se ocupará además de resolver dudas al alumnado, aclarar cuestiones complejas y todas aquellas otras que puedan surgir durante la formación.

Si quieres saber más sobre nuestros docentes accede a la sección Claustro docente de nuestra web desde

[aquí](#)



Temario

Master en **Asuntos Públicos: Lobby, Diplomacia Corporativa y Análisis de Inteligencia**



PROGRAMA ACADEMICO

Módulo 1. Legislación y políticas sociales

Módulo 2. Diplomacia y protocolo

Módulo 3. Habilidades directivas

Módulo 4. Liderazgo estratégico

Módulo 5. Inteligencia de negocio

Módulo 6. Revenue management

Módulo 7. Marketing estratégico

Módulo 1.

Legislación y políticas sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA POLÍTICA EN EL ÁMBITO SOCIAL

1. Introducción
2. Algunas definiciones de interés
3. Influencia de las grandes corrientes de pensamiento en la Política Social
4. Modelos de Política Social
5. Volviendo a definir Política Social

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA Y EXCLUSIÓN SOCIAL

1. La exclusión social
2. La exclusión social y políticas sociales en Europa
3. ¿Cómo medimos la exclusión?
4. Consecuencias de la exclusión social

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FAMILIA

1. Introducción
2. ¿En qué consisten las políticas de familia?
3. La familia como fenómeno histórico
4. La crisis de la familia nuclear
5. Redes en la sociedad del bienestar

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INFANCIA Y JUVENTUD

1. ¿Qué es la infancia?
2. Políticas de familia e infancia. El caso de España
3. La juventud
4. Políticas públicas de juventud

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TERCERA EDAD Y POLÍTICA SOCIAL

1. Introducción
2. Tercera edad
3. Las políticas sociales ante la dependencia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INMIGRACIÓN

1. Introducción
2. El problema conceptual
3. Modelos de integración
4. La atención social a inmigrantes
5. El sistema estandarizado de Servicios Sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LEGISLACIÓN Y POLÍTICA EN MATERIA DE DROGAS

1. Legislación y marco normativo
2. La política en materia de drogas desde los movimientos anti-globalización
3. Seguridad y política de drogas

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

POLÍTICAS PARA LA IGUALDAD NORMATIVA NACIONAL, EUROPEA E INTERNACIONAL

1. El Principio de Igualdad bajo la mirada de las Naciones Unidas
2. Marco normativo a nivel Europeo
3. Política de Igualdad de Oportunidades en el marco de la Unión Europea
4. Políticas y Organismos para la Igualdad en España

Módulo 2.

Diplomacia y protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

PROTOCOLO Y DIPLOMACIA EN EL MUNDO

1. Glosario básico
2. Concepto de diplomacia y protocolo
3. Actos públicos/Actos privados
4. Tipos de protocolo
5. Usos sociales del protocolo
6. Protocolo internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

ÁMBITOS DESTACADOS EN EL PROTOCOLO

1. Ámbito Universitario
2. Los espectáculos públicos
3. Ámbito Judicial
4. Ámbito Militar
5. Corporaciones Locales
6. Ámbito Empresarial
7. Ámbito Social

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO DIPLOMÁTICO INTERNACIONAL

1. Protocolo diplomático
2. Congreso de Viena
3. Importancia del protocolo diplomático internacional
4. Términos diplomáticos

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

TRATAMIENTOS, PRESENTACIONES, SALUDOS, PUNTUALIDAD Y VESTIMENTA

1. Las fórmulas de tratamiento
2. Saludos y despedidas
3. Las presentaciones
4. La puntualidad
5. Indumentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

REPRESENTACIONES DIPLOMÁTICAS LAS MISIONES DIPLOMÁTICAS Y LA INSTITUCIÓN CONSULAR

1. Protocolo en las representaciones diplomáticas
2. Las misiones diplomáticas
3. La institución consular

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

PRESENTACIÓN DE CARTAS CREDENCIALES

1. Cartas credenciales
2. Recepción del nuevo embajador extranjero
3. Copias de estilo
4. Ceremonia de presentación de las cartas credenciales en el Palacio Real
5. Regreso a la residencia del Embajador y audiencia con Su Majestad la Reina
6. El papel de los medios de comunicación. Oficina de Información Diplomática

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

VISITAS DE ESTADO

1. Preparación de las visitas
2. Seguridad y relación con los medios de comunicación
3. Tipos de visitas de estado
4. Ejemplo de visita de Estado de un Jefe de Estado extranjero a España

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

PROTOCOLO EN LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

1. La Unión Europea y su protocolo
2. Las Naciones Unidas y su protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 9.

PROTOCOLOS, REUNIONES Y CONFERENCIAS INTERNACIONALES

1. Principales conferencias y cumbres internacionales
2. Protocolo en Europa Occidental
3. Protocolo en América del Norte: Estados Unidos
4. Protocolo en países árabes: Arabia Saudí
5. Protocolo en Asia: Japón

UNIDAD DIDÁCTICA 10.

SEGURIDAD Y PROTOCOLO

1. Seguridad
2. Solicitud de seguridad o protección
3. Agentes de seguridad
4. Seguridad privada

Módulo 3.

Habilidades directivas

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

PROCESO DIRECTIVO

1. El proceso directivo
2. Liderazgo
3. Motivación

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

1. Introducción
2. El contenido de los procesos de dirección
3. La dimensión estratégica de la dirección
4. Dimensión ejecutiva de la dirección
5. El desarrollo de la autoridad

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Estilos de negociación
3. Los caminos de la negociación
4. Fases de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1. Estrategias de negociación
2. Tácticas de negociación
3. Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

LAS RELACIONES GRUPALES

1. El funcionamiento del grupo
2. El rol en el grupo
3. El liderazgo en el grupo
4. La comunicación en el grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

1. Técnicas de grupo grande
2. Técnicas de grupo mediano
3. Técnicas de grupo pequeño
4. Técnicas de trabajo o producción grupal
5. Técnicas de dinamización grupal
6. Técnicas para el estudio y trabajo de temas
7. Técnicas de evaluación grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS (I)

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. La asertividad
3. La empatía
4. La escucha activa
5. La autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO

1. Liderazgo
2. Enfoques en la teoría del liderazgo
3. Estilos de liderazgo
4. El papel del líder

UNIDAD DIDÁCTICA 9.

PREVENIR, AFRONTAR Y RESOLVER EL CONFLICTO

1. Introducción al conflicto
2. Perspectivas y definición del conflicto
3. Elementos básicos y tipos de conflicto
4. Niveles del conflicto
5. Estrategias para prevenir el conflicto
6. La gestión de conflictos: principios básicos
7. Estrategias para resolver conflictos

UNIDAD DIDÁCTICA 10.

MOTIVACIÓN LABORAL

1. La motivación en el entorno laboral
2. Teorías sobre la motivación laboral
3. El líder motivador
4. La satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 11.

LA COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Barreras de la comunicación
4. La comunicación efectiva
5. Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 12.

LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
2. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
3. La comunicación interna de la empresa
4. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
5. La comunicación externa de la empresa
6. La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
7. Herramientas de comunicación interna y externa

Módulo 4.

Liderazgo estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

EL MANDO INTERMEDIO: TÉCNICAS PARA UNA SUPERVISIÓN EFICAZ

1. Motivación
2. Gestión del tiempo y del estrés
3. Anticipación al cambio
4. Iniciativa
5. Trabajo en equipo
6. Desarrollo de equipos
7. Solución de problemas y trabajo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

TÉCNICAS DE MANDO Y DIRECCIÓN POR OBJETIVOS I

1. Liderazgo
2. Liderazgo y motivación
3. Empowerment y delegación
4. Coaching y mentoring
5. Gestión del cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

TÉCNICAS DE MANDO Y DIRECCIÓN POR OBJETIVOS II

1. Comunicación
2. Relaciones interpersonales
3. Presentaciones eficaces
4. Herramientas audiovisuales

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

TÉCNICAS DE MANDO Y DIRECCIÓN POR OBJETIVOS III

1. Creación y dirección de equipos de trabajo
2. Claves de gestión
3. Gestión del desempeño
4. Gestión por competencias
5. Toma de decisiones
6. Solución de conflictos

Módulo 5.

Inteligencia de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Definición de Business Intelligence o Inteligencia de negocio
2. Obtención y análisis de información
3. Utilidad y finalidades de la inteligencia de negocio
4. Toma de decisiones estratégicas

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

MODELIZACIÓN DEL NEGOCIO

1. Definición de modelo de negocio
2. Efectos de los cambios en el modelo de negocio sobre el resultado
3. Importancia de un diseño óptimo de modelo de negocio
4. Indicadores clave

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

MODELOS DE DATOS

1. Utilidad del modelo entidad-relación
2. Esquemas estrella
3. Esquemas "snowflake" o "copo de nieve"
4. Introducción a la granularidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Componentes de la inteligencia de negocio
2. Fuentes de información
3. El proceso de extracción, transformación y limpieza de datos o ETL
4. Herramientas fundamentales para la inteligencia de negocio
5. Herramientas OLAP

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

PROYECTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Necesidad de planificación de proyectos de inteligencia de negocio en la organización
2. Objetivos del proyecto
3. Evaluación de los recursos y plazos
4. Fases en la planificación del proyecto
5. Puntos clave para el éxito o fracaso del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

SELECCIÓN DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Formación e implicación del personal
2. Proceso informal de selección de herramientas y proveedores
3. Proceso formal de selección de proveedores
4. Productos y proveedores de business intelligence

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

ANÁLISIS DE IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS

1. Fases del análisis de implementación de proyectos de business intelligence
2. Descripción del proyecto y de la empresa
3. Fase de inicio del proyecto
4. Planificación del proyecto: objetivos alcance y riesgos
5. Diseño del modelo de datos
6. Ejecución del proyecto
7. Finalización y evaluación del proyecto
8. Feedback y autoaprendizaje

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

NUEVAS TENDENCIAS

1. Calidad y presentación de la información generada por BI
2. Externalización del proceso de inteligencia de negocio
3. La paradoja de la productividad
4. Adopción de una solución única
5. Nuevas tendencias en herramientas de inteligencia de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 9.

BIG DATA Y BUSINESS INTELLIGENCE (BI)

1. Qué es Big Data
2. La era de las grandes cantidades de información: Historia del Big Data
3. La importancia de almacenar y extraer información
4. Reglas para los Big Data
5. Big Data enfocado a los negocios
6. Open Data
7. IoT (Internet of Things - Internet de las cosas)

UNIDAD DIDÁCTICA 10.

ASPECTOS INTRODUCTORIOS DE CLOUD COMPUTING

1. Orígenes del cloud computing
2. Qué es cloud computing
3. Características del cloud computing
4. La nube y los negocios
5. Modelos básicos en la nube

Módulo 6.

Revenue management

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

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 2.

DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las Organizaciones
2. El mercado: Concepto y delimitación
3. El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO DEL MERCADO

1. Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Estudios de mercado
5. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
6. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
7. Segmentación de los mercados
8. Tipos de mercado
9. Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

1. Historia y orígenes del Revenue Management
2. El concepto de Revenue Management
3. Diferencias entre Yield Management y Revenue Management
4. El Revenue Management en el organigrama de la empresa
5. Los ratios
6. Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

BENCHMARKING Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Concepto, importancia y etapas del Benchmarking
2. Clasificación de las técnicas benchmarking
3. Selección del grupo competitivo
4. Evaluación de nuestra competencia
5. Ventajas y desventajas

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

POLÍTICA DE GESTIÓN DE VENTAS

1. Upselling
2. Cross-selling
3. Overbooking
4. Canales de distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

1. Concepto y aplicación del Forecasting
2. Análisis y gestión del valor de los clientes
3. El calendario de demanda
4. Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

1. Medición de la eficacia del Revenue Management
2. Gestión de costes y precio
3. Criterios de distribución de costes
4. El pricing: fijación estratégica de precios
5. Aplicaciones informáticas del Revenue Management

UNIDAD DIDÁCTICA 9.

APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA DE REVENUE

1. Proceso de implantación de la estrategia de Revenue
2. Herramientas necesarias
3. Seguimiento y reuniones de control del plan de Revenue

Módulo 7.

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

www.ineaf.es



INEAF BUSINESS SCHOOL

958 050 207 · formacion@ineaf.es

