



ISEIE INNOVATION SCHOOL



iseie.com



CONTENIDO

DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN

3

OBJETIVOS

5

DISEÑO Y CONTENIDO

7

TITULACIÓN

9

CONTENIDO DEL
DIPLOMADO

11

POR QUÉ REALIZAR UN
DIPLOMADO

4

PARA QUÉ TE PREPARA EL
DIPLOMADO

6

REQUISITOS DE
POSTULACIÓN

8

TRABAJO DE FIN DE
DIPLOMADO

11

UBICACIÓN

20



DIPLOMADO DE ADMINISTRACIÓN

El diplomado en administración es un programa académico diseñado para brindar a los participantes los conocimientos y herramientas necesarias para comprender y gestionar eficazmente diferentes áreas de una organización. Este tipo de formación se enfoca en desarrollar habilidades gerenciales, estratégicas y operativas que permitan a los profesionales enfrentar los desafíos del mundo empresarial.





POR QUÉ REALIZAR UN DIPLOMADO

Un diplomado supone una especialización en un rubro específico, se eleva el conocimiento y nivel académico de la persona, convirtiéndola en un elemento fundamental dentro de un esquema de trabajo; su trascendencia radica en el desarrollo de competencias adicionales que adquiere, su proceso formativo se vuelve más sólido y por ende se convierte en un candidato más atractivo para cubrir un puesto preponderante.

Esta metodología de estudio implica una responsabilidad especial para el estudiante, ya que el nivel de exigencia es mayor y la batería de asignaturas es más compleja, los catedráticos asumen que están frente a profesionistas competentes, con un cúmulo de competencias firmes que les permiten desarrollar actividades que simulan escenarios reales con problemáticas que inducen a una reflexión profunda.



OBJETIVOS



Los estudios de postgrado consisten no solo en adquirir conocimientos por parte del participante, sino que estos queden supeditados al desarrollo de una serie de competencias en función de los perfiles académicos y los correspondientes perfiles profesionales.

Nuestra función es centrar los objetivos de este diplomado y los diferentes módulos que lo conforman no solamente en la simple acumulación de conocimientos sino también en las hard skills y soft skills que permitan a los profesionales desempeñar su labor de forma exitosa en este mundo laboral en constante evolución.



PARA QUÉ TE PREPARA EL DIPLOMADO

Nuestro diplomado en administración te prepara para una amplia gama de desafíos y oportunidades en el mundo empresarial, proporcionándote una base sólida de conocimientos y habilidades que te permitirán destacarte en roles directivos y de liderazgo.

Te prepara para comprender las diferentes áreas funcionales de una organización y cómo interactúan entre sí para lograr los objetivos empresariales

Aprendes a liderar equipos, tomar decisiones estratégicas, resolver problemas complejos y comunicarte eficazmente en entornos empresariales.

Te prepara para enfrentar los desafíos de un entorno empresarial dinámico y en constante evolución.

En resumen, un diplomado en administración te prepara para asumir roles de liderazgo y gestión en organizaciones de diversos sectores, dotándote de las competencias necesarias para enfrentar los retos del mundo empresarial actual y contribuir al éxito y crecimiento de las empresas en las que te desempeñes.





DISEÑO Y CONTENIDO

Para el diseño del Plan de estudios de este diplomado, ISEIE ha seguido las directrices del equipo docente, el cual ha sido el encargado de seleccionar la información con la que posteriormente se ha constituido el temario. De esta forma, el profesional que acceda al programa encontrará en él el contenido más vanguardista y exhaustivo relacionado con el uso de materiales innovadores y altamente eficaces, conforme a las necesidades y problemáticas actuales, buscando la integración de conocimientos académicos y de formación profesional, en un ambiente competitivo globalizado. Todo ello a través de 6 meses de material de estudio presentado en un cómodo y accesible formato 100% online.

El empleo de la metodología Relearning en el desarrollo de este programa te permitirá fortalecer y enriquecer tus conocimientos y hacer que perduren en el tiempo a base de una reiteración de contenidos.





REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Para postular a nuestro diplomado en administración, debes cumplir con los siguientes requisitos:

- Título profesional universitario
- Documento de identidad
- Curriculum vitae
- Si eres estudiante, conocimientos equivalentes en el área del diplomado al que estas postulando.

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Nuestro diplomado en administración está dirigido a una amplia variedad de profesionales y personas interesadas en adquirir conocimientos y habilidades relacionadas con la gestión empresarial.

- **Profesionales en Activo:** Personas que ya se encuentran trabajando en el mundo empresarial y desean fortalecer sus habilidades gerenciales y de liderazgo para avanzar en sus carreras.
- **Recién Graduados:** Graduados universitarios que buscan complementar su formación académica con conocimientos prácticos y especializados en gestión empresarial.
- **Emprendedores:** Personas que están interesadas en emprender su propio negocio y desean adquirir las herramientas necesarias para gestionar de manera efectiva su empresa.
- **Supervisores y Jefes de Equipo:** Profesionales que ocupan cargos de supervisión o liderazgo en sus organizaciones y buscan mejorar sus habilidades de gestión y toma de decisiones.
- **Profesionales en Transición:** Personas que desean cambiar de carrera o sector y buscan adquirir conocimientos en gestión empresarial para poder incursionar en nuevos ámbitos laborales.

En general, un diplomado en administración está diseñado para satisfacer las necesidades de una amplia audiencia que busca mejorar sus competencias en gestión empresarial y desarrollar habilidades que les permitan destacarse en el mundo laboral actual.



TITULACIÓN



Al concluir el curso, los participantes serán galardonados con una titulación propia otorgada por ISEIE Innovation School. Esta titulación se encuentra respaldada por una certificación que equivale a 20 créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) y representa un total de 750 horas de dedicación al estudio.

Esta titulación no solo enriquecerá su imagen y credibilidad ante potenciales clientes, sino que reforzará significativamente su perfil profesional en el ámbito laboral.

Al presentar esta certificación, podrá demostrar de manera concreta y verificable su nivel de conocimiento y competencia en el área temática del diplomado.

Esto resultará en un aumento de su empleabilidad, al hacerle destacar entre otros candidatos y resaltar su compromiso con la mejora continua y desarrollo profesional.



TRABAJO DE FIN DE DIPLOMADO



Una vez que haya completado satisfactoriamente todos los módulos del diplomado, deberá llevar a cabo un trabajo final en el cual deberá aplicar y demostrar los conocimientos que ha adquirido a lo largo del programa.

Este trabajo final suele ser una oportunidad para poner en práctica lo que ha aprendido y mostrar su comprensión y habilidades en el tema.

Puede tomar la forma de un proyecto, un informe, una presentación u otra tarea específica, dependiendo del contenido del curso y sus objetivos. Recuerde seguir las instrucciones proporcionadas y consultar con su instructor o profesor si tiene alguna pregunta sobre cómo abordar el trabajo final.



CONTENIDO DEL DIPLOMADO DE ADMINISTRACIÓN

MÓDULO 1. LA BIOTECNOLOGÍA EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

1.1 Gestión del Talento y Desarrollo Organizacional

1.1.1 Estrategias para atraer, retener y desarrollar el talento en un entorno empresarial dinámico

1.1.2 Implementación de programas de formación y desarrollo para potenciar las habilidades y competencias de los colaboradores

1.1.3 Diseño de planes de sucesión y carrera para impulsar el crecimiento profesional y la retención del talento en la organización

1.2 Cultura Organizacional y Clima Laboral

1.2.1 Fomento de una cultura organizacional inclusiva, diversa y orientada a la innovación

1.2.2 Implementación de prácticas que promuevan un buen clima laboral y la satisfacción de los empleados

1.2.3 Gestión del cambio organizacional y adaptación a nuevas tendencias y tecnologías en el ámbito laboral

1.3 Gestión del Desempeño y Evaluación del Personal

1.3.1 Establecimiento de objetivos claros y medibles para evaluar el desempeño de los colaboradores

1.3.2 Implementación de sistemas de evaluación del desempeño efectivo y orientado al desarrollo individual y organizacional

1.3.3 Retroalimentación continua y coaching para mejorar el rendimiento y el crecimiento profesional de los empleados.

1.4 Legislación Laboral y Ética Empresarial

1.4.1 Cumplimiento de normativas laborales vigentes y gestión ética de las relaciones laborales.

1.4.2 Promoción de un ambiente de trabajo seguro, saludable y respetuoso.

1.4.3 Gestión de conflictos laborales de manera ética y legalmente conforme, promoviendo la diversidad y la no discriminación en el entorno laboral

MÓDULO 2. GENERAL MANAGEMENT COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD

2.1 Estrategias de Innovación y Transformación Digital

2.1.1 Implementación de procesos de innovación continua para adaptarse a los cambios del mercado

2.1.2 Integración de tecnologías disruptivas para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente

2.1.3 Desarrollo de una cultura organizacional orientada a la innovación y la transformación digital

2.2 Gestión del Cambio y Resiliencia Organizacional

2.2.1 Habilidades para liderar procesos de cambio y adaptación a entornos volátiles

2.2.2 Resolución de conflictos y gestión de crisis de manera efectiva para mantener la estabilidad organizacional

2.2.3 Promoción de la resiliencia organizacional y la capacidad de recuperación frente a adversidades

2.3 Análisis Estratégico y Toma de Decisiones Basadas en Datos



- 2.3.1 Utilización de herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas
- 2.3.2 Interpretación de indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar el desempeño y la eficacia de las estrategias implementadas
- 2.3.3 Implementación de modelos de gestión basados en evidencia para optimizar resultados y minimizar riesgos
- 2.4 Gestión de la Cadena de Valor y Relaciones Interdepartamentales
 - 2.4.1 Optimización de la cadena de valor para mejorar la eficiencia y reducir costos
 - 2.4.2 Coordinación efectiva entre diferentes departamentos para garantizar la alineación de objetivos y el trabajo en equipo
 - 2.4.3 Fomento de la colaboración interdepartamental y la comunicación fluida para impulsar la productividad y la competitividad de la organización

MÓDULO 3. LIDERAR Y EMPRENDER PROCESOS INNOVADORES EN CUALQUIER TIPO DE ORGANIZACIÓN

- 3.1 Cultura Organizacional Innovadora
 - 3.1.1 Fomento de una cultura que promueva la creatividad, la experimentación y la aceptación del fracaso como parte del proceso de innovación
 - 3.1.2 Establecimiento de mecanismos para incentivar la generación de ideas y la colaboración interdepartamental
 - 3.1.3 Creación de un ambiente de trabajo que estimule la innovación y el pensamiento disruptivo
- 3.2 Gestión de la Creatividad y la Creatividad
 - 3.2.1 Desarrollo de habilidades creativas y de pensamiento lateral en los colaboradores.
 - 3.2.2 Implementación de procesos de generación de ideas y selección de proyectos innovadores
 - 3.2.3 Establecimiento de estrategias para fomentar la creatividad individual y colectiva en la organización
- 3.3 Liderazgo Innovador y Emprendimiento Corporativo
 - 3.3.1 Capacitación en liderazgo innovador para impulsar el cambio y la transformación en la organización
 - 3.3.2 Fomento del espíritu emprendedor entre los colaboradores para identificar oportunidades y convertirlas en proyectos exitosos
 - 3.3.3 Apoyo a la intrapreneurship y la creación de equipos de innovación para desarrollar y ejecutar iniciativas disruptivas
- 3.4 Gestión del Riesgo y Evaluación de la Innovación
 - 3.4.1 Identificación y gestión de los riesgos asociados a la implementación de procesos innovadores
 - 3.4.2 Evaluación de la viabilidad y el impacto potencial de las iniciativas de innovación en el desempeño organizacional



3.4.3 Establecimiento de indicadores de éxito y seguimiento de los resultados para garantizar la efectividad de los procesos innovadores

MÓDULO 4. ESTRATEGIAS EN LA ERA DE LA DISRUPCIÓN DIGITAL

4.1 Transformación Digital y Adaptación Organizacional

4.1.1 Identificación de oportunidades de transformación digital en los procesos, productos y servicios de la organización

4.1.2 Desarrollo de planes estratégicos para adaptar la estructura organizacional a los cambios tecnológicos

4.1.3 Implementación de herramientas digitales para mejorar la eficiencia y la competitividad

4.2 Innovación Abierta y Colaboración Digital

4.2.1 Fomento de la innovación abierta a través de alianzas estratégicas con startups, universidades u otras organizaciones

4.2.2 Utilización de plataformas digitales para la colaboración interna y externa en proyectos de innovación.

4.2.3 Creación de ecosistemas de innovación que potencien la creatividad y la co-creación de valor.

4.3 Customer Experience y Marketing Digital

4.3.1 Diseño de estrategias de customer experience centradas en las necesidades y preferencias de los clientes digitales

4.3.2 Implementación de estrategias de marketing digital para llegar a audiencias específicas y mejorar la interacción con los clientes.

4.3.3 Uso de datos y análisis para personalizar la experiencia del cliente y mejorar la fidelización

4.4 Gestión de Datos y Ciberseguridad

4.4.1 Desarrollo de políticas de gestión de datos para garantizar la privacidad y seguridad de la información

4.4.2 Implementación de medidas de ciberseguridad para proteger los activos digitales de la organización

4.4.3 Utilización de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas y la identificación de tendencias

4.5 Agilidad Organizacional y Liderazgo Digital

4.5.1 Cultura organizacional orientada a la agilidad y la adaptabilidad frente a los cambios disruptivos

4.5.2 Capacitación en habilidades de liderazgo digital para gestionar equipos remotos y proyectos innovadores

4.5.3 Implementación de metodologías ágiles para acelerar la entrega de productos y servicios en un entorno digital

MÓDULO 5. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN ORGANIZACIONES

5.1 Branding Digital y Posicionamiento Online



- 5.1.1 Desarrollo de estrategias de branding digital para construir una presencia sólida en línea
- 5.1.2 Implementación de tácticas de posicionamiento SEO y SEM para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda
- 5.1.3 Creación de una identidad digital coherente que refleje los valores y objetivos de la organización
- 5.2 Campañas de Marketing Digital y Publicidad Online
 - 5.2.1 Planificación y ejecución de campañas de marketing digital para llegar a audiencias específicas
 - 5.2.2 Utilización de herramientas de publicidad online como Google Ads, redes sociales y email marketing
 - 5.2.3 Seguimiento y análisis de métricas para evaluar el impacto de las campañas y ajustar las estrategias según los resultados
- 5.3 Gestión de Redes Sociales y Community Management
 - 5.3.1 Estrategias para la gestión efectiva de redes sociales y la interacción con la comunidad online
 - 5.3.2 Creación de contenido relevante y atractivo para aumentar la participación y el engagement
 - 5.3.3 Monitorización de conversaciones en redes sociales y respuesta ágil a comentarios y opiniones de los seguidores
- 5.4 Comunicación Interna y Herramientas Colaborativas
 - 5.4.1 Implementación de herramientas digitales para mejorar la comunicación interna y la colaboración entre equipos
 - 5.4.2 Creación de canales de comunicación efectivos para mantener informados a los empleados sobre noticias y eventos internos
 - 5.4.3 Fomento de la participación y el feedback a través de plataformas de comunicación interna
- 5.5 Gestión de Crisis y Reputación Online
 - 5.5.1 Planificación de estrategias de gestión de crisis para abordar situaciones de emergencia en entornos digitales
 - 5.5.2 Monitoreo activo de la reputación online y respuesta rápida a comentarios negativos o crisis de imagen
 - 5.5.3 Establecimiento de protocolos de actuación para proteger la reputación de la organización en línea
- 5.6 Análisis de Datos y Métricas de Comunicación Digital
 - 5.6.1 Utilización de herramientas de análisis de datos para medir el impacto de las acciones de comunicación digital
 - 5.6.2 Interpretación de métricas como alcance, interacción, conversión y ROI para optimizar las estrategias de comunicación
 - 5.6.3 Elaboración de informes periódicos con análisis de resultados y recomendaciones para mejorar la efectividad de las campañas digitales



MÓDULO 6. MARKETING EN EL ACTUAL CONTEXTO DIGITAL: GROWTH MARKETING Y COMO INCORPORAR EL BUSINESS INTELLIGENCE Y EL BIG DATA

6.1 Growth Marketing

6.1.1 Definición de Estrategias de Crecimiento: Identificar oportunidades de crecimiento a través de técnicas innovadoras y creativas

6.1.2 Optimización del Embudo de Ventas: Implementar estrategias para mejorar la conversión y retención de clientes en cada etapa del embudo

6.1.3 Experimentación y Aprendizaje Continuo: Realizar pruebas A/B, análisis de datos y experimentos para mejorar constantemente las estrategias de marketing

6.1.4 Integración de Business Intelligence (BI)

6.2 Análisis de Datos para la Toma de Decisiones: Utilizar herramientas de BI para analizar datos y extraer información relevante que oriente las estrategias de marketing

6.2.1 Segmentación de Audiencia: Aplicar técnicas de BI para segmentar la audiencia y personalizar las campañas de marketing

6.2.2 Predicción y Modelado de Datos: Utilizar análisis predictivo para anticipar tendencias y comportamientos del mercado

6.3 Big Data en Marketing Digital

6.3.1 Recopilación y Almacenamiento de Datos: Implementar sistemas para recopilar grandes volúmenes de datos de múltiples fuentes

6.3.2 Análisis Avanzado de Datos: Utilizar herramientas de Big Data para analizar datos complejos y extraer insights valiosos

6.3.3 Personalización y Experiencia del Cliente: Utilizar datos masivos para personalizar la experiencia del cliente y ofrecer mensajes y productos relevantes

6.4 Automatización de Marketing

6.4.1 Implementación de Plataformas de Automatización: Utilizar herramientas de automatización para agilizar procesos de marketing y mejorar la eficiencia

6.4.2 Lead Nurturing y Scoring: Implementar estrategias de lead nurturing basadas en el comportamiento del usuario y el scoring de leads

6.4.3 Marketing Predictivo: Aplicar técnicas de marketing predictivo para identificar oportunidades de venta y personalizar las interacciones con los clientes

MÓDULO 7 CANALES DE VENTA ONLINE Y OFFLINE

7.1 Estrategias de Venta Online

7.1.1 Diseño de Tiendas Virtuales: Creación y optimización de plataformas de e-commerce para facilitar la venta de productos en línea



- 7.1.2 Marketing Digital: Utilización de estrategias de marketing digital como SEO, SEM, redes sociales y email marketing para atraer clientes a la tienda online
- 7.1.3 Experiencia del Usuario: Mejora continua de la experiencia del usuario en la tienda virtual para aumentar las conversiones y fidelizar clientes
- 7.2 Integración de Canales Online y Offline
 - 7.2.1 Omnicanalidad: Diseño de estrategias que integren los canales online y offline para ofrecer una experiencia de compra fluida y consistente
 - 7.2.2 Click and Collect: Implementación de servicios como "click and collect" que permiten a los clientes comprar en línea y recoger en tienda física
 - 7.2.3 Cross-Channel Marketing: Uso de estrategias de marketing que conecten los distintos canales para aumentar la visibilidad y las ventas
- 7.3 Gestión de Redes de Distribución Offline
 - 7.3.1 Selección de Puntos de Venta: Identificación y selección de los puntos de venta físicos más adecuados para distribuir los productos
 - 7.3.2 Negociación con Distribuidores: Establecimiento de acuerdos y relaciones comerciales con distribuidores para ampliar la presencia de la marca en el mercado offline
 - 7.3.3 Merchandising y Experiencia en Punto de Venta: Diseño de estrategias de merchandising y mejora de la experiencia en el punto de venta para aumentar las ventas
- 7.4 Logística y Servicio al Cliente
 - 7.4.1 Gestión de Inventarios: Implementación de sistemas de gestión de inventarios que permitan una operación eficiente tanto online como offline
 - 7.4.2 Logística de Entrega: Diseño de estrategias logísticas para garantizar entregas rápidas y seguras a los clientes, tanto en canales online como offline
 - 7.4.3 Servicio al Cliente: Establecimiento de políticas de atención al cliente efectivas para brindar un servicio de calidad y fidelizar a los compradores en ambos canales de venta

MÓDULO 8. IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DE LAS OPERACIONES EMPRESARIALES

8.1 Optimización de Procesos Operativos:

- 8.1.1 Mapeo de Procesos: Identificación, análisis y documentación de los procesos operativos existentes para identificar áreas de mejora



- 8.1.2 Rediseño de Procesos: Implementación de mejoras y automatización en los procesos para aumentar la eficiencia y reducir costos
- 8.1.3 Estándares de Calidad: Implementación de estándares de calidad para garantizar la consistencia en la ejecución de los procesos
- 8.2 Transformación Digital de Operaciones
 - 8.2.1 Digitalización de Documentos: Implementación de sistemas de gestión documental para agilizar el acceso y la gestión de información
 - 8.2.2 Automatización de Tareas: Uso de herramientas de automatización para reducir la intervención humana en tareas repetitivas y aumentar la productividad
 - 8.2.3 Integración de Sistemas: Integración de sistemas y plataformas tecnológicas para mejorar la comunicación y el flujo de información entre departamentos
- 8.3 Gestión de Proyectos Eficiente
 - 8.3.1 Metodologías de Gestión de Proyectos: Aplicación de metodologías como Scrum, Kanban o PMBOK para planificar, ejecutar y controlar proyectos de manera eficaz
 - 8.3.2 Asignación de Recursos: Optimización de la asignación de recursos (humanos, financieros, tecnológicos) para asegurar la ejecución exitosa de los proyectos
 - 8.3.3 Seguimiento y Control: Implementación de sistemas de seguimiento y control de proyectos para identificar desviaciones y tomar medidas correctivas
- 8.4 Gestión de la Cadena de Suministro
 - 8.4.1 Planificación de la Demanda: Uso de herramientas y técnicas para prever la demanda de productos y garantizar la disponibilidad de stock
 - 8.4.2 Optimización de Inventarios: Implementación de estrategias para gestionar de forma eficiente los niveles de inventario y reducir costos asociados
 - 8.4.3 Colaboración con Proveedores: Establecimiento de relaciones colaborativas con proveedores para mejorar la eficiencia y la calidad de la cadena de suministro
- 8.5 Gestión de la Calidad y Mejora Continua
 - 8.5.1 Sistemas de Gestión de Calidad: Implementación de sistemas de gestión de calidad como ISO para asegurar la calidad de los productos y servicios
 - 8.5.2 Cultura de Mejora Continua: Fomento de una cultura organizacional orientada a la mejora continua en todos los procesos y operaciones
 - 8.5.3 Indicadores de Desempeño: Establecimiento de indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir y evaluar el rendimiento de las operaciones
- 8.6 Resiliencia y Gestión de Riesgos
 - 8.6.1 Identificación de Riesgos: Análisis de riesgos operativos y desarrollo de estrategias para mitigarlos y garantizar la continuidad del negocio
 - 8.6.2 Planificación de Contingencias: Establecimiento de planes de contingencia para hacer frente a situaciones imprevistas y minimizar su impacto en las operaciones
 - 8.6.3 Resiliencia Empresarial: Implementación de medidas para fortalecer la resiliencia empresarial y garantizar la capacidad de adaptación a cambios y crisis



MÓDULO 9. TRABAJO FIN DE DIPLOMADO (TFD)

Nota: El contenido del programa académico puede estar sometido a ligeras modificaciones, en función de las actualizaciones o de las mejoras efectuadas.



UBICACIÓN



DIRECCIÓN

Av. Aragón 30, 5. 46021 Valencia.



NÚMERO DE TELÉFONO

+34 632 912 311





CONTÁCTANOS



Dirección

Av. Aragón 30, 5. 46021 Valencia.



Número telefónico

+34 632 912 311



Website

iseie.com