



# Máster de Formaciónt Permanente MBA en Gestión de Políticas Territoriales

» Modalidad: online» Duración: 12 meses

» Titulación: TECH Global University

» Acreditación: 90 ECTS» Horario: a tu ritmo

» Exámenes: online

 ${\tt Acceso~web:} \textbf{www.techtitute.com/derecho/master/master-mba-gestion-politicas-territoriales}$ 

# Índice

Titulación

pág. 66

pág. 46

Cuadro docente

pág. 36

Metodología de estudio





# tech 06 | Presentación del programa

La Gestión del territorio se ha convertido en un elemento estratégico dentro de las agendas públicas, especialmente ante los desafíos que plantea el cambio climático, la urbanización acelerada y la creciente complejidad en los procesos de gobernanza. Frente a este escenario, las Políticas Territoriales requieren enfoques integrados, decisiones informadas y capacidad de articulación entre distintos niveles de poder. Por ello, los profesionales del Derecho que operan en este campo deben contar con herramientas avanzadas para interpretar dinámicas socioespaciales, liderar intervenciones eficaces y participar activamente en la toma de decisiones que impactan en el bienestar colectivo.

Por ello, TECH presenta un innovador MBA en Gestión de Políticas Territoriales. Esta propuesta académica ha sido diseñada por expertos con amplia experiencia en análisis político, planificación estratégica y desarrollo institucional. A lo largo del itinerario académico, los egresados se adentrarán en aspectos como el diseño e implementación de Políticas públicas, la gobernanza multinivel o los marcos normativos actuales.

En sintonía con esto, los materiales didácticos analizarán las nuevas formas de interacción entre los diversos actores territoriales. De este modo, el alumnado obtendrá competencias avanzadas para asesorar jurídicamente en procesos de reforma institucional. Asimismo, diseñarán iniciativas que promuevan la equidad territorial y el fortalecimiento del Estado de Derecho.

Cabe destacar que TECH empleará su revolucionario sistema del *Relearning* para afianzar todos estos contenidos. Este método se centrará en la reiteración de los conceptos más importantes, garantizando que el alumnado su asimilación natural y progresiva. Así, lo único que necesitarán es un dispositivo con acceso a Internet para acceder a sus materiales de modo personalizado, sin ninguna restricción y durante las 24 horas del día. Además, tendrán la posibilidad de descargarse todo el temario para almacenarlo y visualizarlo en el futuro. En adición, unos prestigiosos Directores Invitados Internacionales impartirán unas exhaustivas *Masterclasses*.

Este **MBA en Gestión de Políticas Territoriales** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Gestión de Políticas Territoriales
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Unos reconocidos Directores Invitados Internacionales ofrecerán unas exclusivas Masterclasses para abordar las últimas tendencias en la Gestión de Políticas Territoriales"



Adquirirás una visión integral sobre la gobernanza territorial, teniendo presente su impacto en el desarrollo político, económico y social"

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Gestión de Políticas Territoriales, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Comprenderás las dinámicas jurídicas e institucionales que rigen la Gestión de Políticas públicas en distintos niveles de gobierno.

Un plan de estudios basado en la revolucionaria metodología del Relearning, que te facilitará afianzar los conceptos complejos con eficiencia e inmediate.







# tech 10 | ¿Por qué estudiar en TECH?

#### La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

#### El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

#### La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en diez idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.









nº1 Mundial Mayor universidad online del mundo

# Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

#### Un método de aprendizaje único

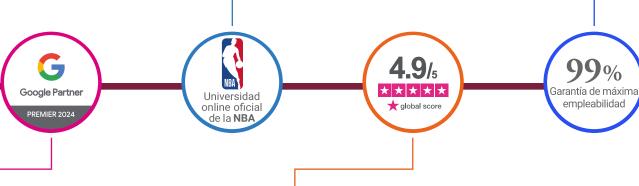
TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

#### La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

#### Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



#### Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.

#### La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.





# tech 14 | Plan de estudios

#### Módulo 1. Elementos de la Ciencia de la Administración

- 1.1. Campo de la Ciencia de la Administración
  - 1.1.1. Evolución y perspectivas de los estudios administrativos
  - 1.1.2. Enfoques para el estudio de la administración pública
  - 1.1.3. Ciencia de la administración: definición y tendencias modernas
- 1.2. Conceptos y tendencias de la organización administrativa
  - 1.2.1. Conceptualización y tipología de organización administrativa
  - 1.2.2. Estructura de la organización administrativa
  - 1.2.3. Situación y tendencias de las organizaciones administrativas
- 1.3. El Estado y las administraciones públicas
  - 1.3.1. Orígenes y evolución del Estado en la modernidad
  - 1.3.2. La administración pública: surgimiento y evolución
  - 1.3.3. Transformaciones y crisis del Estado y la administración
- 1.4. Las administraciones públicas
  - 1.4.1. La administración pública como organización
  - 1.4.2. Enfoques teóricos de la organización
  - 1.4.3. Estructuras, principios y funcionamiento de las administraciones públicas
- 1.5. La administración pública comparada
  - 1.5.1. La administración pública en Alemania
  - 1.5.2. La administración pública en Reino Unido
  - 1.5.3. La administración pública en Francia
  - 1.5.4. La administración pública en los Estados Unidos
  - 1.5.5. La administración pública de la Unión Europea
- 1.6. La administración pública española
  - 1.6.1. Principios de la organización administrativa española
  - 1.6.2. La Administración General del Estado: estructura y funcionamiento
  - 1.6.3. Las comunidades y ciudades autónomas
  - 1.6.4. Administraciones locales: funcionamiento y estructuras
- 1.7. La Gestión pública
  - 1.7.1. Gobernanza y Gestión pública
  - 1.7.2. Características y evolución de la Gestión pública
  - 1.7.3. La Gestión pública moderna





### Plan de estudios | 15 tech

- 1.8. Función pública y burocracia
  - 1.8.1. La teoría administrativa en la burocracia y los burócratas
  - 1.8.2. El sistema de organización de la burocracia; poder y como grupo dominante
  - 1.8.3. Tipología del empleo público español
- 1.9. Regulación y control de las administraciones pública
  - 1.9.1. Control interno
  - 1.9.2. Control externo
  - 1.9.3. Ética y cultura de la administración pública
- 1.10. Nuevas tendencias en la administración pública
  - 1.10.1. La administración electrónica
  - 1.10.2. El gobierno electrónico
  - 1.10.3. Buen gobierno y transparencia

#### Módulo 2. Economía Política I

- 2.1. Conceptos básicos de economía
  - 2.1.1. Principios básicos de la economía
  - 2.1.2. La oferta, la demanda
  - 2.1.3. Introducción a los enfoques microeconómico y macroeconómico
- 2.2. Principales teorías de la economía
  - 2.2.1. Principales escuelas y corrientes
  - 2.2.2. Teorías económicas de Adam Smith
  - 2.2.3. La teoría de la utilidad
- 2.3. Análisis microeconómico
  - 2.3.1. Características del análisis microeconómico
  - 2.3.2. Consumo, producción y estructura del mercado
  - 2.3.3. Instrumentos y técnicas del análisis microeconómico
- 2.4. Análisis macroeconómico
  - 2.4.1. Definición del análisis macroeconómico
  - 2.4.2. Crecimiento económico, déficit público y balanza de pago
  - 2.4.3. Política económica de España
- 2.5. Comportamiento de las empresas
  - 2.5.1. Mercados competitivos
  - 2.5.2. Mercados no competitivos
  - 2.5.3. Costes y beneficios de las empresas

# tech 16 | Plan de estudios

- 2.6. Bienes públicos y la incidencia del Estado en el mercado
  - 2.6.1. Fallos del mercado
  - 2.6.2. Intervención del Estado
  - 2.6.3. Bienes públicos y externalidades
- 2.7. Política fiscal
  - 2.7.1. Conceptualización de la política fiscal
  - 2.7.2. Objetivos y ciclos de la política fiscal
  - 2.7.3. Política fiscal española
- 2.8. Desempleo, inflación y política monetaria
  - 2.8.1. Desempleo: medición y análisis
  - 2.8.2. Inflación
  - 2.8.3. Conceptualización de la política monetaria
- 2.9. Las relaciones económicas internacionales
  - 2.9.1. La globalización de la economía
  - 2.9.2. Gobernanza global y desarrollo
  - 2.9.3. Integración económica
- 2.10. Desarrollo económico sostenible
  - 2.10.1. Conceptualización de la agenda 2030
  - 2.10.2. Estrategia española de economía circular
  - 2.10.3. La administración pública en la economía y los ODS

#### Módulo 3. Métodos de Gestión Pública I

- 3.1. Las políticas públicas
  - 3.1.1. Conceptualización y definiciones básicas
  - 3.1.2. Clasificación de las políticas públicas
  - 3.1.3. Surgimiento del análisis de políticas públicas
- 3.2. Elaboración de las políticas públicas
  - 3.2.1. Ciclo de las políticas públicas
  - 3.2.2. Definición del problema y su relevancia pública
  - 3.2.3. Agenda de actuación del poder público
- 3.3. Actores y agenda pública
  - 3.3.1. Conceptualización y origen de la agenda
  - 3.3.2. Tipología de agendas
  - 3.3.3. Actores, redes y tipología

- 3.4. Toma de decisiones y objetivos
  - 3.4.1. Alternativas y su estudio
  - 3.4.2. Análisis de prospectiva
  - 3.4.3. Enfoques sobre la toma de decisiones
- 3.5. Diseño y formulación de políticas públicas
  - 3.5.1. ¿Cómo se formulan las políticas públicas?
  - 3.5.2. Promotores de las políticas públicas
  - 3.5.3. Modelos de decisión y estilo de las políticas públicas
- 3.6. Enfoque de políticas públicas
  - 3.6.1. Polity, politics and policy
  - 3.6.2. Políticas públicas, democracia y gobernanza
  - 3.6.3. Cambios, críticas y nuevos rumbos
- 3.7. Instituciones y acción pública
  - 3.7.1. La acción pública desde las instituciones
  - 3.7.2. Acción pública y el nuevo institucionalismo
  - 3.7.3. Mecanismo de coordinación de estrategias
- 3.8. Instrumentos de las políticas públicas
  - 3.8.1. Instrumentos programáticos
  - 3.8.2. Instrumentos normativos
  - 3.8.3. Instrumentos de comunicación
- 3.9. Políticas públicas comparadas
  - 3.9.1. La comparativa de las políticas públicas
  - 3.9.2. Proceso de comparación de las políticas públicas
  - 3.9.3. Aspectos prácticos de la comparación de las políticas públicas
- 3.10. Metodología del marco lógico
  - 3.10.1. Definición y conceptos
  - 3.10.2. Factores y fenómenos que influyen en la metodología del marco lógico
  - 3.10.3. Método del marco lógico

### Plan de estudios | 17 tech

#### Módulo 4. Sistema Político Español

- 4.1. La jefatura del Estado: La corona
  - 4.1.1. La monarquía parlamentaría
  - 4.1.2. El rey como jefe del Estado
    - 4.1.2.1. La exención de responsabilidad e inviolabilidad del rey
- 4.1.2.2 La reina consorte
- 4.2. El poder legislativo: las Cortes Generales
  - 4.2.1. Las Cortes Generales
    - 4.2.1.1. Composición de las Cortes Generales: El Congreso y el Senado
    - 4.2.1.2. Estructura y funcionamiento de las Cámaras
    - 4.2.1.3. El estatuto de los Parlamentarios
    - 4214 Las funciones de las Cortes Generales
    - 4.2.1.5. La disolución de las Cortes Generales
- 4.3. El poder ejecutivo. El Gobierno
  - 4.3.1. El Gobierno
    - 4.3.1.1. Estructura y composición del Gobierno
    - 4.3.1.2. El estatuto de los miembros del Gobierno
    - 4313 Las funciones del Gobierno
    - 4.3.1.4. El cese del Gobierno y el Gobierno en funciones
- 4.4. El poder judicial
  - 4.4.1. El poder judicial y la función jurisdiccional
  - 4.4.2. Principios constitucionales que rigen el poder judicial y su función jurisdiccional
  - 4.4.3. El estatuto de jueces y magistrados
  - 4.4.4. El Consejo General del Poder Judicial
- 4.5. El Tribunal Constitucional
  - 4.5.1. Introducción
  - 4.5.2. Composición del Tribunal Constitucional
  - 4.5.3. Organización del Tribunal Constitucional
  - 4.5.4. Funciones del Tribunal Constitucional
- 4.6. Los derechos recogidos en la Constitución Española
  - 4.6.1. Reconocimiento de los derechos en la Constitución Española de 1978
  - 4.6.2. Clasificación de los derechos
  - 4.6.3. Titularidad y condiciones de ejercicio de los derechos

- 4.6.4. Límites a los derechos establecidos
- 4.6.5. El principio de interpretación más favorable al ejercicio de los derechos
- 4.6.6. La dimensión internacional de los derechos
- 4.7. Las garantías de los derechos
  - 4.7.1. Reserva de ley
  - 4.7.2. El Defensor del Pueblo
  - 4.7.3. La protección jurisdiccional de los derechos
  - 4.7.4. La suspensión de derechos
- 4.8. Derechos fundamentales y libertades públicas
  - 4.8.1. Introducción: derechos fundamentales y libertades públicas
  - 4.8.2. Art. 15: Derecho a la vida y a la integridad física y moral
  - 4.8.3. Art. 16: Derecho a la libertad ideológica, religiosa y de culto
  - 4.8.4. Art 17: Derecho a la libertad y seguridad
  - 4.8.5. Art. 18: Derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen
  - 4.8.6. Art. 19: Derecho a la libertad de circulación
  - 4.8.7. Art. 20: libertad de expresión
  - 4.8.8. Art. 21: Derecho de reunión
  - 4.8.9. Art. 22: Derecho de asociación
  - 4.8.10. Art. 23: Derecho de participación política
  - 4.8.11. Art. 24: Derecho a la tutela judicial efectiva
  - 4.8.12. Art. 27: Derecho a la educación
  - 4.8.13. Art. 28: Derecho a la sindicación y a la huelga
  - 4.8.14. Art. 29: Derecho de petición
  - 4.8.15. Garantías (art 53)
- 4.9. Derechos y deberes de los ciudadanos
  - 4.9.1. Art. 30: Derecho y deber de defender a España
  - 4.9.2. Art. 31: deber de contribución a los gastos públicos de acuerdo con la capacidad económica
  - 4.9.3. Art. 32: Derecho al matrimonio
  - .9.4. Art. 33: Derecho a la propiedad privada y a la herencia
  - 4.9.5. Art. 34: Derecho de fundación
  - 4.9.6. Art. 35: Derecho y deber de trabajar
  - 4.9.7. Art. 37: Derecho de negociación colectiva y a la adopción de medidas de conflicto colectivo

# tech 18 | Plan de estudios

- 4.9.8. Art. 38: Derecho a la libertad de empresa
- 4.9.9. Garantías (art 53)
- 4.10. Principios rectores de la política social y económica
  - 4.10.1. Art. 39: protección de la familia
  - 4.10.2. Art. 40: obligación de promover el progreso económico y social, así como el pleno empleo
  - 4.10.3. Art. 41: obligación de mantener un régimen público de seguridad social
  - 4.10.4. Art. 42: protección de los emigrantes
  - 4.10.5. Art. 43: Derecho a la protección de la salud
  - 4.10.6. Art. 44: Derecho al acceso a la cultura
  - 4.10.7. Art. 45: Derecho a disfrutar del medioambiente
  - 4.10.8. Art. 46: protección del patrimonio histórico, cultural y artístico
  - 4.10.9. Art. 47: Derecho a una vivienda digna
  - 4.10.10. Art. 48: participación de la juventud
  - 4.10.11. Art. 49: protección de las personas con discapacidad
  - 4.10.12. Art. 50: protección de la tercera edad
  - 4.10.13. Art. 51: protección de los consumidores y usuarios
  - 4.10.14. Garantías (art 53.3)

#### Módulo 5. Organización de los Poderes Públicos

- 5.1. Organización constitucional de los poderes públicos
  - 5.1.1. Orígenes de la Constitución
  - 5.1.2. División del poder en un estado de derecho
  - 5.1.3. Introducción a los poderes del Estado
- 5.2. La corona
  - 5.2.1. Forma política. Estructura y funciones
  - 5.2.2. El rey como jefe de estado
  - 5.2.3. Actos del rey. Facultades y referéndums
- 5.3. Las Cortes Generales
  - 5.3.1. Origen y evolución del Parlamento
  - 5.3.2. Sistemas monocamerales y bicamerales
  - 5.3.3. Composición y funciones de las cámaras parlamentarias en España

- 5.4. El Poder Judicial
  - 5.4.1. Organización y funciones
  - 5.4.2. Jurisdicciones (civil, penal, contencioso-administrativo, laboral)
  - 5.4.3. El Tribunal Supremo
- 5.5. Otros órganos constitucionales
  - 5.5.1. Tribunal constitucional. Organización y funcionamiento
  - 5.5.2. Defensor del Pueblo
  - 5.5.3. El Consejo de Estado
- 5.6. El Gobierno
  - 5.6.1. Estructura y funcionamiento del Gobierno
  - 5.6.2. El poder ejecutivo y sus funciones
  - 5.6.3. El Consejo de Ministros
- 5.7. Ministerios
  - 5.7.1. Ministros y ministerios. Funciones y estructuras
  - 5.7.2. Organización interna de los ministerios
  - 5.7.3. Secretarias y subsecretarías
- 5.8. Orden territorial del poder
  - 5.8.1. Origen y evolución de las autonomías en España
  - 5.8.2. Competencias de las autonomías españolas
  - 5.8.3. Financiación de las comunidades autónomas
- 5.9. Administraciones públicas españolas
  - 5.9.1. Estructura general de las administraciones públicas
  - 5.9.2. Órganos centrales de administración del Estado
  - 5.9.3. Órganos delegados del Estado
- 5.10. Organización administrativa en las comunidades autónomas
  - 5.10.1. Estructura de las consejerías
  - 5.10.2. Entidades locales. Gobierno local
  - 5.10.3. Entes instrumentales de la administración autonómica y estatal
  - 5.10.4. Tipologías de funcionariado

#### Módulo 6. Métodos de Gestión Pública II

- 6.1. Implementación de políticas públicas
  - 6.1.1. Gestión de las políticas
  - 6.1.2. Tipologías de implementación
  - 6.1.3. Control de la gestión
  - 6.1.4. Indicadores de gestión
- 6.2. Introducción a la implementación de políticas
  - 6.2.1. Orígenes del estudio de la implementación
  - 6.2.2. Análisis de la implementación de políticas públicas
  - 6.2.3. Problemas que se pueden presentar en la implementación
- 6.3. Modelos de implementación
  - 6.3.1. Enfoques top down
  - 6.3.2. Enfoques bottom up
  - 6.3.3. Costes y pautas de implementación
  - 6.3.4. La burocracia en la fase de implementación
- 6.4. Introducción a la evaluación
  - 6.4.1. Historia y orígenes de la evaluación
  - 6.4.2. Criterios del procedimiento evaluativo
  - 6.4.3. La evaluación como proceso analítico
  - 6.4.4. Institucionalización en España
- 6.5. La evaluación de las Políticas públicas
  - 6.5.1. Tipología de las evaluaciones
  - 6.5.2. Paradigmas teóricos de la evaluación
  - 6.5.3. Perspectiva clásica y pluralista en evaluación
- 6.6. Planificación de la evaluación
  - 6.6.1. Contexto y motivaciones para evaluar
  - 6.6.2. Objetivos y alcance de la evaluación
  - 6.6.3. Preguntas de la evaluación
  - 6.6.4. Identificación de actores y destinatarios
- 6.7. Metodología para las evaluaciones
  - 6.7.1. Enfoques teóricos y causales
  - 6.7.2. Enfoques experimentales
  - 6.7.3. Enfogues participativos

#### 6.8. Indicadores para la evaluación

- 6.8.1. Tipología de indicadores relevantes
- 6.8.2. Como construir indicadores para la evaluación
- 6.8.3. Valorando la calidad de los indicadores
- 6.8.4. Matriz de evaluación SMART
- 6.9. Gobernanza y participación
  - 6.9.1. Definición de gobierno, gobernanza y gobernabilidad
  - 6.9.2. Rendición de cuentas
  - 6.9.3. Modelos de participación en Políticas públicas
- 6.10. Criterios para la evaluación
  - 6.10.1. Credibilidad de las evaluaciones
  - 6.10.2. Criterios éticos de la práctica evaluativa
  - 6.10.3. La agencia estatal de evaluación de Políticas públicas

#### Módulo 7. Economía Política II

- 7.1. Introducción
  - 7.1.1. Actividades del Estado en una economía de mercado
  - 7.1.2. Objetivos de la actividad económica del Estado
  - 7.1.3. Instrumentos de la actividad económica del Estado
- 7.2. Problemas y sectores económicos
  - 7.2.1. Inflación y desempleo
  - 7.2.2. Medición de la inflación y desempleo
  - 7.2.3. Uso de las estadísticas del INE
  - 7.2.4. Causas y consecuencias del desempleo y la inflación
- 7.3. Sector exterior y financiero
  - 7.3.1. Conceptualización del dinero y sector exterior
  - 7.3.2. Funciones del sistema financiero
  - 7.3.3 Banco Central
- 7.4. Sector público
  - 7.4.1. Delimitaciones del sector público
  - 7.4.2. Funciones del sector público
  - 7.4.3. Indicadores

# tech 20 | Plan de estudios

- 7.5. Fallos del mercado
  - 7.5.1. Externalidades
  - 7.5.2. Los bienes públicos
  - 7.5.3. Otros fallos del mercado
- 7.6. Hacienda pública
  - 7.6.1. Intervención del sector público en la economía
  - 7.6.2. Justificación de la intervención
  - 7.6.3. Intervención y Políticas públicas
- 7.7. Ingresos públicos
  - 7.7.1. Tipos de ingresos del sector público
  - 7.7.2. Ingresos tributarios
  - 7.7.3. Características de los tributos
- 7.8. Imposición indirecta
  - 7.8.1. Modelos de imposición directa
  - 7.8.2. Impuestos indirectos
  - 7.8.3. Sistemas alternativos en el diseño del IVA
- 7.9. Imposición directa
  - 7.9.1. Introducción y modalidades
  - 7.9.2. Fuentes de renta
  - 7.9.3. Impuesto sobre el patrimonio e impuesto sobre sucesiones y donaciones
- 7.10. Hacienda pública multijurisdiccional
  - 7.10.1. Introducción y funciones
  - 7.10.2. Descentralización de los tributos
  - 7.10.3. Transferencias intergubernamentales

#### Módulo 8. Parlamento y Parlamentarismo en España

- 8.1. Origen
  - 8.1.1. Antecedentes
  - 8.1.2. Asambleas estamentales
  - 8.1.3. Transformación de las asambleas en el Estado moderno
- 8.2. Parlamento y parlamentarismo
  - 8.2.1. Conceptualización
  - 8.2.2. Tipologías
  - 8.2.3. Funciones

- 8.3. Casos representativos
  - 8.3.1. Estado y sociedad en Inglaterra
  - 8.3.2. Parlamento en Norteamérica
  - 8.3.3. Parlamento en el estado liberal
- 8.4. Transformación de los parlamentos
  - 8.4.1. Parlamentos y los partidos modernos
  - 8.4.2. Nuevas fuerzas en los parlamentos
  - 8.4.3. Del estado liberal al estado social
- 8.5. Crisis del parlamentarismo
  - 8.5.1. Crisis del parlamentarismo
  - 8.5.2. Parlamentos después de la segunda guerra mundial
  - 8.5.3. Defensa del parlamentarismo
- 8.6. Parlamentarismo en las democracias consociacionales
  - 8.6.1. Conceptualización
  - 8.6.2. Dinamarca y Suecia
  - 8.6.3. Finlandia, Islandia y Noruega
- 8.7. Otros casos relevantes
  - 8.7.1. Antecedentes históricos
  - 8.7.2. Sudáfrica
  - 8.7.3. Israel
- 8.8. Parlamentos actuales
  - 8.8.1. Parlamentos en las sociedades actuales
  - 8.8.2. Grupos sociales que componen los parlamentos actuales
  - 8.8.3. Nuevas formas de ciudadanía y repercusión en los parlamentos
- 8.9. Parlamentarismo español
  - 8.9.1. Origen v evolución
  - 8.9.2. Las cortes actuales
  - 8.9.3. Fuerzas Políticas desde la Constitución del 78
- 8.10. Legitimación democrática del gobierno
  - 8.10.1. Legislatura e investidura del presidente de gobierno
  - 8.10.2. Moción de censura
  - 8.10.3. Moción de confianza
  - 8.10.4. Disolución de las cortes

#### Módulo 9. Políticas Sectoriales de la Unión Europea

- 9.1. Unión Europea
  - 9.1.1. Qué es y qué hace la Unión Europea
  - 9.1.2. Cómo se toman las decisiones de la Unión Europea
  - 9.1.3. Políticas sectoriales
- 9.2. Agricultura
  - 9.2.1. Zonas rurales dinámicas
  - 9.2.2. Políticas de productos agrícolas de calidad
  - 9.2.3. Normativa y legislación europea
- 9.3. Ayuda humanitaria
  - 9.3.1. Valores humanitarios europeos
  - 9.3.2. Legislación
  - 9.3.3. Principios e intervenciones
- 9.4. Derechos humanos y democracia
  - 9.4.1. Promoción y protección de los derechos humanos
  - 9.4.2. Carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea
  - 9.4.3. Actuación europea en materia de derechos humanos
- 9.5. Desarrollo y cooperación
  - 9.5.1. Desarrollo sostenible y erradicación de la pobreza
  - 9.5.2. Objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas
  - 9.5.3. Acciones de la Unión Europea por región geográfica
- 9.6. Empleo y asuntos sociales
  - 9.6.1. Pilar europeo de derechos sociales
  - 9.6.2. Legislación de la Unión Europea
  - 9.6.3. Políticas y actuaciones en empleo y asuntos sociales
- 9.7. Energía
  - 9.7.1. Legislación europea sobre energía
  - 9.7.2. Energías renovables
  - 9.7.3. Etiquetado energético y diseño ecológico
  - 9.7.4. Financiación energética
- 9.8. Política regional
  - 9.8.1. Legislación sobre política regional
  - 9.8.2. Origen y evolución de los proyectos regionales
  - 9.8.3. Financiación regional de la Unión Europea

- 9.9. Mercado único
  - 9.9.1. Legislación sobre mercado único
  - 9.9.2. Unión de los mercados de capitales
  - 9.9.3. Mercado único digital
- 9.10. Medio ambiente
  - 9.10.1. Prioridades medioambientales de la Unión Europea
  - 9.10.2. Legislación sobre medio ambiente
  - 9.10.3. Estadísticas sobre las Políticas en materia de medioambiente

#### Módulo 10. Política Autonómica y Local

- 10.1. Descentralización del poder
  - 10.1.1. Conceptualización y ordenamiento jurídico
  - 10.1.2. Orígenes y evolución
  - 10.1.3. Modelos de descentralización
- 10.2. Autonomía política
  - 10.2.1. Conceptualización y evolución
  - 10.2.2. Estatutos de autonomía
  - 10.2.3. Pactos y reformas de los estatutos de autonomía
- 10.3. Estatutos de autonomía
  - 10.3.1. Régimen jurídico
  - 10.3.2. Cooperación entre el Estado y las comunidades autónomas
  - 10.3.3. Lenguas cooficiales de España
- 10.4. Las autonomías
  - 10.4.1. Descripción de las autonomías
  - 10.4.2. Políticas públicas autonómicas
  - 10.4.3. Futuro de las autonomías
- 10.5. Política local
  - 10.5.1. Conceptualización
  - 10.5.2. Régimen jurídico
  - 10.5.3. Modelos de gobierno local
- 10.6. Sistema de información local
  - 10.6.1. Origen, normativa y funciones
  - 10.6.2. Registro de entidades locales
  - 10.6.3. Base de datos

# tech 22 | Plan de estudios

10.6.4.	Barómetro	sobre la	calidad	de vida	en municipios

- 10.7. Gobiernos locales
  - 10.7.1. La gobernabilidad política local
  - 10.7.2. Gestión de la política local
  - 10.7.3. Liderazgo, transparencia y comunicación
- 10.8. Sistema parlamentario autonómico
  - 10.8.1. Conceptualización y ordenamiento jurídico
  - 10.8.2. Asambleas legislativas
  - 10.8.3. Poder ejecutivo autonómico
  - 10.8.4. Otros órganos de las Comunidades autónomas
- 10.9. Sistema de información del mercado interior (IMI)
  - 10.9.1. Conceptualización, normativa y estructura
  - 10.9.2. Mecanismos previstos en el IMI
  - 10.9.3. Estadísticas del IMI: uso y análisis
- 10.10. Cooperación entre el Estado, las comunidades autónomas y las entidades locales
  - 10.10.1. Conceptos y normativas
  - 10.10.2. Cooperación entre el Estado y las comunidades autónomas
  - 10.10.3. Cooperación entre el Estado y las entidades locales

#### **Módulo 11.** Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 11.1. Globalización y Gobernanza
  - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
  - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
  - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. Liderazgo
  - 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
  - 11.2.2. Liderazgo en las empresas
  - 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 11.3. Cross Cultural Management
  - 11.3.1. Concepto de Cross Cultural Management
  - 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
  - 11.3.3. Gestión de la Diversidad

- 11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
  - 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
  - 11.4.2. Concepto de Liderazgo
  - 11.4.3. Teorías del Liderazgo
  - 11.4.4. Estilos de Liderazgo
  - 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
  - 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 11.5. Ética empresarial
  - 11.5.1. Ética y Moral
  - 11.5.2. Ética Empresarial
  - 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.6. Sostenibilidad
  - 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
  - 11.6.2. Agenda 2030
  - 11.6.3. Las empresas sostenibles
- 11.7. Responsabilidad Social de la Empresa
  - 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
  - 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
  - 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
  - 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
  - 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de Gestión responsable
  - 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de Gestión de responsabilidad social corporativa
  - 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.9. Multinacionales y derechos humanos
  - 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
  - 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
  - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.10. Entorno legal y Corporate Governance
  - 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
  - 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
  - 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

#### Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección estratégica de personas
  - 12.1.1. Dirección estratégica y recursos humanos
  - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
  - 12.2.1. Análisis del potencial
  - 12.2.2. Política de retribución
  - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y Gestión del desempeño
  - 12.3.1. La Gestión del rendimiento
  - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en Gestión del talento y las personas
  - 12.4.1. Modelos de Gestión el talento estratégico
  - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
  - 12.4.3. Fidelización y retención
  - 12 4 4 Proactividad e innovación
- 12.5. Motivación
  - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
  - 12.5.2. La teoría de las expectativas
  - 12.5.3. Teorías de las necesidades
  - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
  - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
  - 12.6.2. Metodologías de Gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
  - 12.7.1. Gestión del cambio
  - 12.7.2. Tipo de procesos de Gestión del cambio
  - 12.7.3. Etapas o fases en la Gestión del cambio
- 12.8. Negociación y Gestión de conflictos
  - 12.8.1. Negociación
  - 12.8.2. Gestión de Conflictos
  - 12.8.3. Gestión de Crisis

- 12.9. Comunicación directiva
  - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
  - 12.9.2. Departamentos de comunicación
  - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del dircom
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
  - 12.10.1. La productividad
  - 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

#### Módulo 13. Dirección Económico - Financiera

- 13.1. Entorno económico
  - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
  - 13.1.2. Instituciones financieras
  - 13.1.3. Mercados financieros
  - 13.1.4. Activos financieros
  - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad directiva
  - 13.2.1. Conceptos básicos
  - 13.2.2. El activo de la empresa
  - 13.2.3. El pasivo de la empresa
  - 13.2.4. El patrimonio neto de la empresa
  - 13.2.5. La cuenta de resultados
- 13.3. Sistemas de información y business intelligence
  - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
  - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
  - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.4. Presupuesto y control de gestión
  - 13.4.1. El modelo presupuestario
  - 13.4.2. El presupuesto de capital
  - 13.4.3. La presupuesto de explotación
  - 13.4.5. El presupuesto de tesorería
  - 13.4.6. Seguimiento del presupuesto

# tech 24 | Plan de estudios

13.5.	Direcció	Dirección financiera			
	13.5.1.	Las decisiones financieras de la empresa			
	13.5.2.	El departamento financiero			
	13.5.3.	Excedentes de tesorería			

13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera

13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

13.6. Planificación financiera

13.6.1. Definición de la planificación financiera

13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera

13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial

13.6.4. El cuadro cash flow

13.6.5. El cuadro de circulante

13.7. Estrategia financiera corporativa

13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación

13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

13.8. Financiación estratégica

13.8.1. La autofinanciación

13.8.2. Ampliación de fondos propios

13.8.3. Recursos híbridos

13.8.4. Financiación a través de intermediarios

13.9. Análisis y planificación financiera

13.9.1. Análisis del balance de situación

13.9.2. Análisis de la cuenta de resultados

13.9.3. Análisis de la rentabilidad

13.10. Análisis y resolución de casos/problemas

13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

#### Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

14.1. Dirección comercial

14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial

14.1.2. Estrategia y planificación comercial

14.1.3. El rol de los directores comerciales

14.2. Marketing

14.2.1. Concepto de marketing

14.2.2. Elementos básicos del marketing

14.2.3. Actividades de marketing de la empresa

14.3. Gestión Estratégica del marketing

14.3.1. Concepto de marketing estratégico

14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing

14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

14.4. Marketing digital y comercio electrónico

14.4.1. Objetivos del marketing digital y comercio electrónico

14.4.2. Marketing digital y medios que emplea

14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general

14.4.4. Categorías del comercio electrónico

14.4.5. Ventajas y desventajas del e - commerce frente al comercio tradicional

14.5. Marketing digital para reforzar la marca

14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca

14.5.2. Branded content & storytelling

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet

14.6.2. Visitor relationship management

14.6.3. Hipersegmentación

14.7. Gestión de campañas digitales

14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?

14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online

14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital

14.8. Estrategia de ventas

14.8.1. Estrategia de ventas

14.8.2. Métodos de ventas

14.9. Comunicación corporativa

14.9.1. Concepto

14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización

14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización

14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización

14.9.5. Elementos de la comunicación

### Plan de estudios | 25 tech

- 14.9.6. Problemas de la comunicación
- 14.9.7. Escenarios de la comunicación
- 14.10. Comunicación y reputación digital
  - 14.10.1. Reputación online
  - 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
  - 14.10.3. Herramientas de reputación online
  - 14.10.4. Informe de reputación online
  - 14.10.5. Branding online

#### Módulo 15. Management Directivo

- 15.1. General management
  - 15.1.1. Concepto de general management
  - 15.1.2. La acción del manager general
  - 15.1.3. El director general y sus funciones
  - 15.1.4. Transformación del trabajo de la dirección
- 15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
  - 15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 15.3. Dirección de operaciones
  - 15.3.1. Importancia de la dirección
  - 15.3.2. La cadena de valor
  - 15.3.3. Gestión de calidad
- 15.4. Oratoria y formación de portavoces
  - 15.4.1. Comunicación interpersonal
  - 15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 15.4.3. Barreras en la comunicación
- 15.5. Herramientas de. comunicaciones personales y organizacional
  - 15.5.1. La comunicación interpersonal
  - 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
  - 15.5.3. La comunicación en la organización
  - 15.5.4. Herramientas en la organización
- 15.6. Comunicación en situaciones de crisis
  - 15.6.1. Crisis
  - 15.6.2. Fases de la crisis
  - 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

- 15.7. Preparación de un plan de crisis
  - 15.7.1. Análisis de posibles problemas
  - 15.7.2. Planificación
  - 15.7.3. Adecuación del personal
- 15.8. Inteligencia emocional
  - 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.9. Branding personal
  - 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
  - 15.9.2. Leyes del branding personal
  - 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 15.10. Liderazgo y gestión de equipos
  - 15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 15.10.2. Capacidades y desafíos del líder
  - 15.10.3. Gestión de procesos de cambio
  - 15.10.4. Gestión de equipos multiculturales



Estarás preparado para administrar presupuestos y financiamiento con un enfoque basado tanto en la responsabilidad fiscal como sostenibilidad territorial"



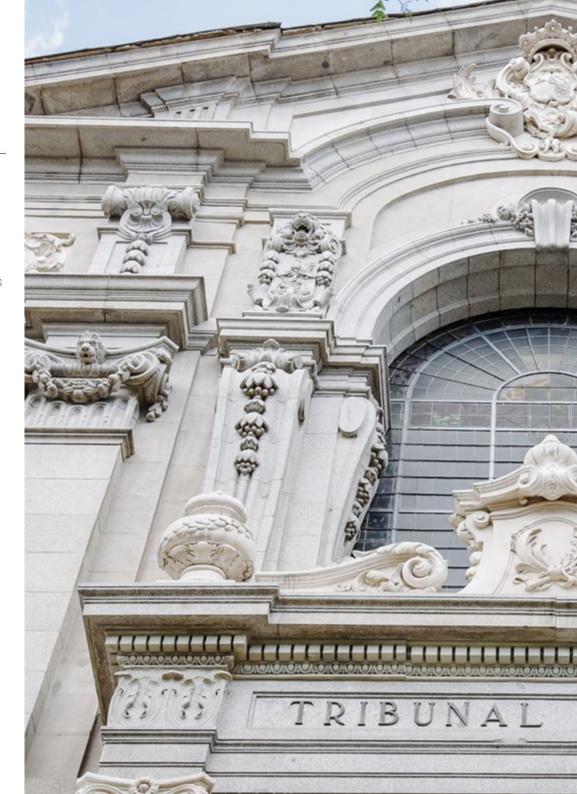


# tech 28 | Objetivos docentes



### **Objetivos generales**

- Comprender los fundamentos jurídicos, políticos y administrativos que sustentan la formulación e implementación de Políticas Territoriales en contextos multinivel
- Analizar críticamente los marcos legales e institucionales que regulan la gobernanza territorial, con especial atención a los principios de descentralización y cohesión
- Desarrollar competencias estratégicas para la planificación, gestión y evaluación de políticas públicas con impacto territorial
- Fortalecer la capacidad de diseño normativo y de articulación intergubernamental en contextos complejos y multicéntricos
- Detectar indicadores socioeconómicos y jurídicos para fundamentar decisiones sobre desarrollo territorial
- Aplicar enfoques innovadores en la resolución de conflictos jurisdiccionales y en la coordinación entre distintos niveles de gobierno
- Manejar herramientas modernas de planificación estratégica en el diseño de políticas públicas inclusivas, sostenibles y transparentes
- Fomentar una visión crítica y ética del ejercicio profesional en el ámbito público; con énfasis en la participación ciudadana, la equidad y el cumplimiento del ordenamiento jurídico







### **Objetivos específicos**

#### Módulo 1. Elementos de la Ciencia de la Administración

- Identificar los fundamentos teóricos y conceptuales de la Ciencia de la Administración
- Reconocer las estructuras y funciones de las administraciones públicas en distintos contextos comparados
- Examinar las transformaciones contemporáneas del Estado y su impacto en la gestión pública
- Describir las nuevas tendencias tecnológicas aplicadas a la administración y el buen gobierno

#### Módulo 2. Economía Política I

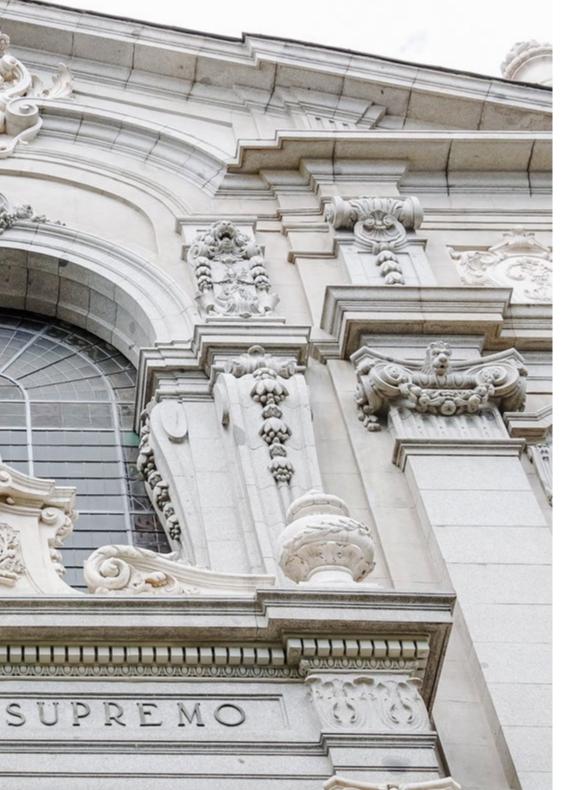
- Comprender los fundamentos micro y macroeconómicos aplicados a la gestión pública
- Analizar el impacto de las políticas fiscales y monetarias en el desarrollo económico sostenible

#### Módulo 3. Métodos de Gestión Pública I

- Aplicar herramientas y metodologías para el diseño y evaluación de políticas públicas
- Identificar a los actores, fases e instrumentos clave del ciclo de acción pública

#### Módulo 4. Sistema Político Español

- Identificar la estructura y funciones de los principales poderes del Estado español
- Reconocer el alcance y las garantías de los derechos fundamentales establecidos en la Constitución
- Describir el papel del Tribunal Constitucional y su relevancia en el sistema político
- Examinar los principios rectores de la política social y económica en el marco constitucional



# tech 30 | Objetivos docentes

#### Módulo 5. Organización de los Poderes Públicos

- Distinguir la estructura y funciones de los distintos poderes públicos en el marco constitucional
- Analizar el funcionamiento de los órganos constitucionales y su interacción institucional
- Comprender la organización territorial del poder en España y sus implicaciones administrativas
- Identificar las características y funcionamiento de las administraciones públicas y sus niveles de gestión

#### Módulo 6. Métodos de Gestión Pública II.

- Describir las principales etapas y enfoques de implementación de las políticas públicas
- Examinar los modelos y metodologías aplicadas en la evaluación de intervenciones públicas
- Reconocer la utilidad de los indicadores en los procesos de gestión y evaluación
- Explorar las dinámicas de gobernanza y participación en la evaluación de políticas públicas

#### Módulo 7. Economía Política II

- Identificar los instrumentos y funciones del Estado en la economía de mercado, así como su intervención en distintos sectores económicos
- Distinguir los tipos de ingresos públicos, los sistemas impositivos y los mecanismos de financiación en un contexto multijurisdiccional

#### Módulo 8. Parlamento y Parlamentarismo en España

- Reconocer la evolución histórica del parlamentarismo y su transformación en el marco del Estado moderno
- Examinar las funciones y tipologías de los parlamentos en distintos contextos políticos y geográficos
- Interpretar los elementos que configuran la crisis del parlamentarismo y los debates contemporáneos en torno a su legitimidad

 Describir la evolución del parlamentarismo español, la configuración de las Cortes desde 1978 y los mecanismos de control democrático del gobierno

#### Módulo 9. Políticas Sectoriales de la Unión Europea

- Identificar las principales políticas sectoriales que desarrolla la Unión Europea en ámbitos como agricultura, energía, medio ambiente y desarrollo
- Examinar la normativa comunitaria que rige las actuaciones en derechos humanos, ayuda humanitaria y cooperación internacional
- Valorar el impacto de la política regional, el mercado único y el empleo en la cohesión social y económica europea
- Reconocer los mecanismos institucionales de toma de decisiones que orientan la acción sectorial de la Unión Europea

#### Módulo 10. Política Autonómica y Local

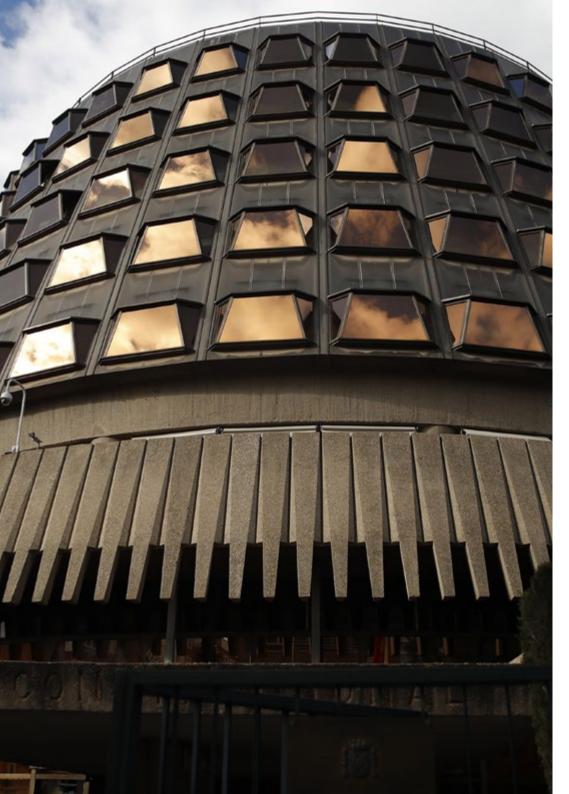
- Comprender los principios jurídicos y políticos que sustentan la descentralización del poder en España
- Explorar los mecanismos de cooperación entre el Estado, las comunidades autónomas y los gobiernos locales

#### Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- Examinar el vínculo entre liderazgo, ética empresarial y responsabilidad social en contextos organizacionales complejos
- Identificar herramientas y estándares clave para la implementación de sistemas de gestión responsable en las empresas

#### Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- Reconocer estrategias clave para la atracción, desarrollo y retención del talento en entornos organizacionales dinámicos
- Aplicar enfoques innovadores en la gestión del desempeño, la motivación y la conformación de equipos de alto rendimiento



# Objetivos docentes | 31 tech

#### Módulo 13. Dirección Económico - Financiera

- Interpretar los principales instrumentos de planificación y control financiero para la toma de decisiones estratégicas en la empresa
- Identificar las fuentes de financiación corporativa y evaluar su impacto en la estructura y rentabilidad empresarial

#### Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- Diseñar estrategias comerciales y de marketing orientadas al posicionamiento competitivo y a la fidelización de clientes
- Aplicar herramientas del marketing digital para gestionar campañas, fortalecer la marca y mejorar la reputación online

#### Módulo 15. Management Directivo

- Identificar las funciones del directivo en contextos organizacionales diversos, integrando cultura, liderazgo y dirección de operaciones
- Implementar estrategias de comunicación efectiva, gestión de crisis e inteligencia emocional en entornos directivos



Las lecturas complementarias que hallarás en el Campus Virtual te permitirán ampliar todavía más la rigurosa información facilitada en esta opción académica"





# tech 34 | Salidas profesionales

#### Perfil del egresado

El egresado de este programa universitario de alto nivel desarrollará una visión estratégica, analítica y operativa de la Gestión territorial. También, contará con conocimientos avanzados en políticas públicas, estructuras institucionales, dinámicas socioeconómicas y técnicas de control público. Asimismo, estará capacitado para interpretar marcos normativos, diagnosticar problemáticas territoriales y proponer soluciones sostenibles. En adición, tendrá habilidades estratégicas en liderazgo, negociación y coordinación multisectorial. Gracias a esto, optimizará la toma de decisiones informadas en la implementación de Políticas públicas efectivas.

Liderarás iniciativas que impulsen la modernización administrativa y la digitalización en la Gestión pública territorial.

- Gestión Estratégica Territorial: diseñar e implementar Políticas públicas eficientes, adaptándose a contextos complejos y promoviendo el desarrollo sostenible en territorios diversos
- Análisis Crítico y Resolución de Problemas: evaluar situaciones políticas y sociales, identificando desafíos Territoriales y proponiendo soluciones jurídicas y administrativas basadas en evidencia
- Compromiso Ético y Normativo: aplicar principios éticos y cumplimiento de marcos legales, garantizando la transparencia y respeto a los derechos en la Gestión pública territorial
- Colaboración Multisectorial: comunicar y coordinar de manera efectiva con actores públicos, privados y comunitarios; facilitando procesos participativos y consensos en la gobernanza territorial





# Salidas profesionales | 35 tech

Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- **1. Administrador de Programas de Innovación Pública Territorial:** encargado de dirigir iniciativas que impulsan la modernización administrativa y la digitalización en la Gestión pública territorial.
- 2. Técnico y Desarrollo Institucional: responsable de dirigir proyectos estratégicos en entornos Territoriales, integrando aspectos jurídicos, sociales y económicos para una Gestión eficaz.
- **3. Consultor en Gobernanza Multinivel:** dedicado a los procesos de participación y cooperación entre instituciones públicas, privadas y sociales para mejorar la eficacia de la Gestión territorial.
- **4. Asesor en Derecho Ambiental y Desarrollo Territorial:** gestor de Políticas que garantizan la sostenibilidad ambiental dentro del marco jurídico aplicable al control territorial.
- **5. Coordinador de Proyectos de Planificación Territorial:** supervisor de iniciativas orientadas a la ordenación del territorio, articulando variables espaciales, normativas y de infraestructura con enfoque estratégico.
- **6. Especialista en Evaluación de Políticas Públicas Territoriales:** responsable de analizar el impacto de programas gubernamentales en distintas escalas territoriales, proponiendo ajustes basados en criterios de eficiencia y equidad.
- **7. Responsable de Estrategias de Desarrollo Local y Regional:** encargado de diseñar e implementar planes de fortalecimiento económico y social en municipios o regiones, alineando recursos y capacidades institucionales.
- **8. Gestor de Conflictos Socioespaciales:** responsable de intervenir en controversias derivadas del uso del suelo, acceso a recursos o procesos de urbanización, promoviendo soluciones dialogadas y sostenibles.



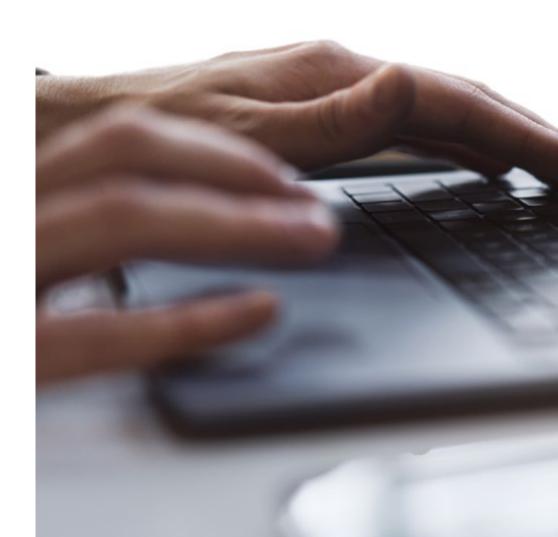


#### El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.







#### Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.



El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras"

### tech 40 | Metodología de estudio

#### Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



#### Método Relearning

En TECH los case studies son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



### tech 42 | Metodología de estudio

# Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentoralumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

#### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

- 1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
- 2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
- 3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
- **4.** La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

### Metodología de estudio | 43 **tech**

# La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

### tech 44 | Metodología de estudio

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

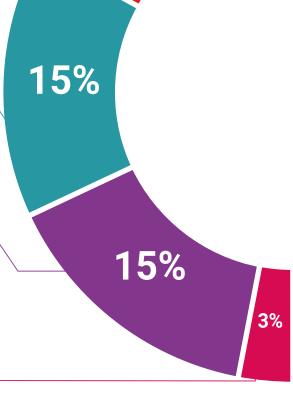
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".





#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.



#### **Case Studies**

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### **Testing & Retesting**

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



#### **Clases magistrales**

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.







Reconocido internacionalmente por su contribución en las Políticas Educativas, James Robson es un prestigioso experto altamente especializado en Sistemas de Educación Terciaria. Asimismo, dispone de un amplio bagaje profesional en instituciones de referencia como la Universidad de Oxford en Reino Unido, donde ha ejercido como Director del Centro de Habilidades, Conocimiento y Desempeño Organizacional.

En este sentido, ha desarrollado un enfoque crítico en el estudio de la oferta y demanda de las competencias, así como en los ecosistemas de innovación. Gracias a esto, ha aportado nuevas perspectivas sobre la relación entre la Educación y el Empleo. También, ha liderado múltiples proyectos asociados con la transición hacia una economía verde y las necesidades de capacitación del personal en grandes compañías.

A lo largo de su trayectoria, ha recibido el financiamiento de instituciones de renombre como el Consejo de Investigación Económica y Social, el Royal Society o la Fundación Edge. De esta forma, ha dirigido investigaciones que abordan tanto la sostenibilidad como la justicia social en el acceso a la enseñanza superior. Esto ha permitido el desarrollo de estrategias sofisticadas para facilitar el acceso a oportunidades de aprendizaje a grupos históricamente marginados como personas de bajos ingresos, minorías éticas o individuos con discapacidad.

Por otra parte, ha compaginado esta faceta con su rol como **Investigador Académico**. Así pues, su línea de estudio se ha enfocado en la mejora de la **empleabilidad** de los recién graduados, lo que ha sido fundamental para que los individuos accedan a trabajos de calidad y superen barreras sociales. Además, colabora activamente con el **Comité de Gestión de Investigación del Centro para la Educación Superior Global**.

En su compromiso por la excelencia educativa, ha participado en numerosos congresos científicos a escala global. Allí ha compartido diversas técnicas para alinear la cualificación académica con las necesidades del sector empresarial.



## D. Robson, James

- Director Habilidades, Conocimiento y Desempeño Organizacional en Universidad de Oxford, Reino Unido
- Director de SKOPE en Universidad de Oxford
- Especialista en Proyectos de Investigación en Universidad de Oxford
- Gerente de Investigación en Culham St Gabriel's Trust, Oxford, Reino Unido
- Proyectos de Investigación financiados por Consejo de Investigación Económica y Social
- Miembro de: Comité de Gestión de Investigación y Centro para la Educación Superior Global



Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo"

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de adquisición de talento, Jennifer Dove es experta en contratación y estrategia tecnológica. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista *Fortune* 50, como NBCUniversal y Comcast. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como Vicepresidenta de Adquisición de Talento en Mastercard, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de Recursos Humanos para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es crear equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de amplificar la marca de empleador y la propuesta de valor de Mastercard a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de Recursos Humanos y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, integrar tecnologías en los procesos de reclutamiento y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de bienestar laboral que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



### Dña. Dove, Jennifer

- Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal Media, Nueva York, Estados Unidos
- · Responsable de Selección de Personal Comcast
- Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- Ejecutiva de Cuentas en BNC
- Ejecutiva de Cuentas en Vault
- Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

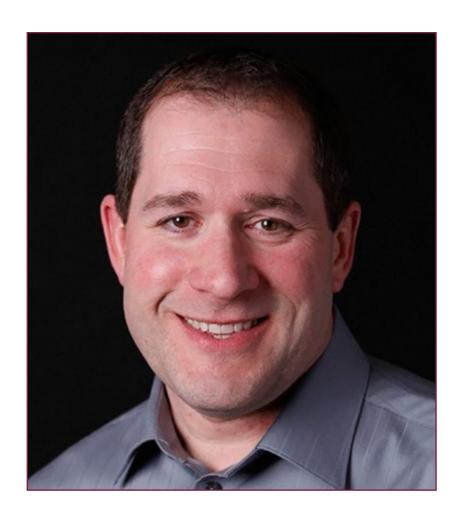


TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global"

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en **Amazon** le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En **Microsoft** ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



# D. Gauthier, Rick

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en Commercial Diving por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College



Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria"

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente defensor de la innovación y el cambio en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en verdaderos líderes del mercado, centradas en sus clientes y el mundo digital.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el CSAT, el compromiso de los empleados en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del indicador financiero EBITDA en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y liderado equipos de alto rendimiento que, incluso, han recibido galardones por su potencial transformador. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: satisfacer las complejas demandas de descarbonización de los clientes, apoyar una "descarbonización rentable" y revisar un panorama fragmentado de datos, digital y tecnológico. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.



### D. Arman, Romi

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD



¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional"

Manuel Arens es un experimentado profesional en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de gerente global de compras en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la integridad de los datos maestros, las actualizaciones de datos de proveedores y la priorización de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo Marketing, análisis de medios, medición y atribución. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el Premio al Liderazgo BIM, el Premio a la Liderazgo Search, Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación y el Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como Eaton, Airbus y Siemens, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la construcción de valiosas relaciones con los clientes y trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



## D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- · Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania



¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia"

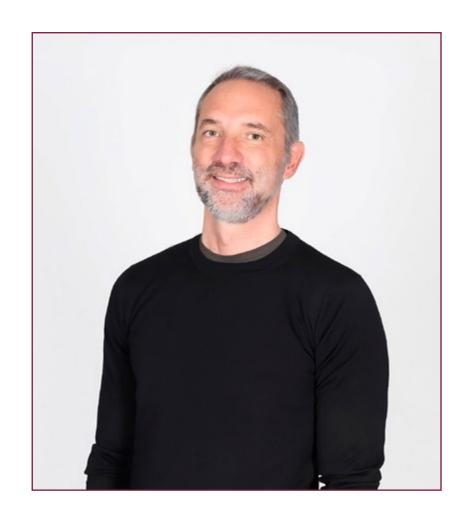
Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un significativo impacto en el entorno de la Moda. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con Productos, Merchandising y Comunicación. Todo ello, ligado a marcas de prestigio como Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre otras.

Los resultados de este directivo de alto perfil internacional han estado vinculados a su probada capacidad para sintetizar información en marcos claros y ejecutar acciones concretas alineadas a objetivos empresariales específicos. Además, es reconocido por su proactividad y adaptación a ritmos acelerados de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una fuerte conciencia comercial, visión de mercado y una auténtica pasión por los productos.

Como Director Global de Marca y Merchandising en Giorgio Armani, ha supervisado disímiles estrategias de Marketing para ropas y accesorios. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el ámbito minorista y las necesidades y el comportamiento del consumidor. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como jefe de equipo en los departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas.

Por otro lado, en empresas como Calvin Klein o el Gruppo Coin, ha emprendido proyectos para impulsar la estructura, el desarrollo y la comercialización de diferentes colecciones. A su vez, ha sido encargado de crear calendarios eficaces para las campañas de compra y venta. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los términos, costes, procesos y plazos de entrega de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados **líderes corporativos** de la **Moda** y el **Lujo**. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el **posicionamiento positivo** de **diferentes marcas** y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



# D. La Sala, Andrea

- Director Global de Marca y Merchandising Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- Director de Merchandising en Calvin Klein
- Responsable de Marca en Gruppo Coin
- Brand Manager en Dolce&Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado en Fastweb
- Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale



Los profesionales más cualificados y experimentados a nivel internacional te esperan en TECH para ofrecerte una enseñanza de primer nivel, actualizada y basada en la última evidencia científica. ¿A qué esperas para matricularte?"

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la Inteligencia Empresarial a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como Walmart y Red Bull. Asimismo, este experto destaca por su visión para identificar tecnologías emergentes que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un pionero en el empleo de técnicas de visualización de datos que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por recopilar información y generar acciones concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la plataforma Walmart Data Cafe, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al análisis de *Big Data*. Además, ha desempeñado el cargo de Director de Business Intelligence en Red Bull, abarcando áreas como Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminate para *insights* de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios Másteres y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



## D. Gram, Mick

- Director de Business Intelligence y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- Arquitecto de soluciones de Business Intelligence para Walmart Data Cafe
- Consultor independiente de Business Intelligence y Data Science
- Director de Business Intelligence en Capgemini
- Analista Jefe en Nordea
- Consultor Jefe de Bussiness Intelligence para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhague
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhague



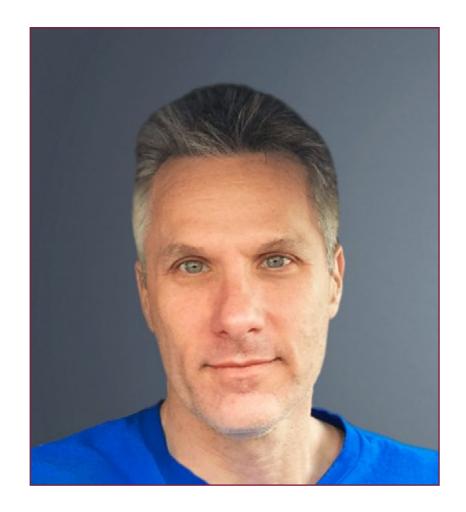
¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional"

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del Marketing Digital que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, Warner Bros. Discovery. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la supervisión de logística y flujos de trabajos creativos en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción** en **medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora** en las **tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y campañas de propiedad digital. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para comerciales de televisión y trailers.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación** y **narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.



## D. Stevenson, Scott

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida



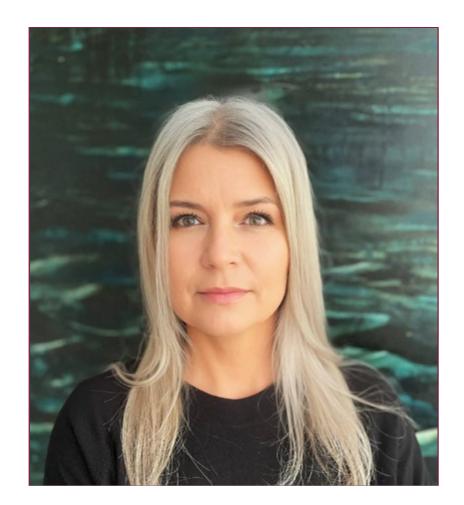
¡Alcanza tus objetivos académicos y profesionales con los expertos mejor cualificados del mundo! Los docentes de este MBA te guiarán durante todo el proceso de aprendizaje"

Galardonada con el "International Content Marketing Awards" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida Directora de Comunicación altamente especializada en el campo de la Gestión de Reputación.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como Coca-Cola. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la plataforma de interacción interna Yammer. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las inversiones estratégicas de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos reconocimientos por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados Congresos y Simposios a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para desarrollar planes estratégicos de comunicación exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



## Dña. Thole-Muir, Wendy

- Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- · Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica



Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!"





### tech 68 | Titulación

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster MBA en Gestión de Políticas Territoriales** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

**TECH Global University**, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: Máster Título Propio MBA en Gestión de Políticas Territoriales

Modalidad: online

Duración: 12 meses

Acreditación: 90 ECTS





<sup>\*</sup>Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



# Máster Título Propio MBA en Gestión de Políticas Territoriales

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

