

# Máster de Formación Permanente

## MBA en Dirección de Empresas Creativas

Aval/Membresía



**tech**  
universidad



## Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de Empresas Creativas

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **7 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: [www.techtitute.com/disenio/master/master-mba-direccion-empresas-creativas](http://www.techtitute.com/disenio/master/master-mba-direccion-empresas-creativas)



# Índice

01

Presentación del programa

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 8*

03

Plan de estudios

---

*pág. 12*

04

Objetivos docentes

---

*pág. 24*

05

Salidas profesionales

---

*pág. 30*

06

Metodología de estudio

---

*pág. 34*

07

Cuadro docente

---

*pág. 44*

08

Titulación

---

*pág. 66*

# 01

# Presentación del programa

La industria del diseño vive una transformación acelerada impulsada por la digitalización, la sostenibilidad y la economía de la creatividad. En este contexto, los profesionales con visión estratégica y competencias directivas se vuelven esenciales para liderar estudios, agencias y proyectos con identidad propia y alcance global. De acuerdo con la UNESCO, las industrias creativas representan el 3.1% del PIB mundial y generan cerca de 50 millones de empleos en todo el planeta, lo que evidencia su creciente relevancia en la economía actual. Por ello, TECH ha diseñado un posgrado que conectará la sensibilidad creativa con la toma de decisiones empresariales. Todo ello, a través de una experiencia académica actualizada, con metodología 100% online y una perspectiva adaptada al liderazgo contemporáneo.



“

*Un programa exhaustivo y 100% online,  
exclusivo de TECH y con una perspectiva  
internacional respaldada por nuestra afiliación  
con The Business Graduates Association”*

La Industria Creativa se ha posicionado como una de las más dinámicas y estratégicas de la economía global, integrando diseño, innovación y gestión en un ecosistema altamente competitivo. El diseño ya no se limita a lo estético; hoy, impulsa decisiones empresariales, transforma experiencias de usuario y agrega valor a productos y servicios. En este escenario, la figura del profesional capaz de dirigir con criterio creativo y visión empresarial cobra una relevancia sin precedentes. De hecho, este perfil requiere una sólida base en gestión, pero también una comprensión profunda de los lenguajes visuales, culturales y tecnológicos que definen las tendencias actuales.

Por ello, TECH ha diseñado este Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de Empresas Creativas que responderá a las demandas del presente y del futuro, orientado a quienes desean liderar con creatividad estratégica. A través de un recorrido riguroso, se abordarán competencias como el desarrollo de modelos de negocio en industrias culturales, la innovación en procesos creativos, el uso de herramientas de análisis de tendencias y la gestión de equipos multidisciplinares.

Gracias a su metodología 100% online y su enfoque práctico, este programa universitario permitirá a los profesionales avanzar desde cualquier lugar, con acceso a contenidos de última generación. A su vez, el método *Relearning* garantizará una experiencia inmersiva que optimiza el aprendizaje aplicado y la toma de decisiones en entornos reales. Como adición, se proporcionará 10 *Masterclasses* detalladas en donde Directores Invitados Internacionales impartirán sus conocimientos más actualizados.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de **The Business Graduates Association (BGA)**, el alumno podrá acceder a recursos exclusivos y actualizados que fortalecerán su formación continua y su desarrollo profesional, así como descuentos en eventos profesionales que facilitarán el contacto con expertos del sector. Además, podrá ampliar su red profesional, conectando con especialistas de distintas regiones, favoreciendo el intercambio de conocimientos y nuevas oportunidades laborales.

Este **MBA en Dirección de Empresas Creativas** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ◆ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Dirección de Empresas Creativas
- ◆ 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 en la Dirección de Empresas Creativas
- ◆ 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



*A través de las exclusivas Masterclasses impartidas por Directores Invitados Internacionales, desarrollarás los conocimientos necesarios para impulsar negocios creativos con visión directiva”*

“

*Comentarás la innovación en la gestión de Empresas Creativas, promoviendo soluciones dinámicas tanto en la parte operativa, como estratégica de una organización”*

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Dirección de Empresas Creativas, 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.

*Transformarás tu visión profesional mediante un entorno virtual de aprendizaje dinámico, intuitivo y orientado a resultados reales.*

*Con el sistema Relearning no tendrás que invertir una gran cantidad de horas de aprendizaje, focalizándote en los conceptos más relevantes.*



02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.





“

*Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza 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».

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

### 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.

### 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.

Profesorado  
**TOP**  
Internacional

La metodología  
más eficaz

### 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 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 once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

**nº1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

### 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.



# 03

## Plan de estudios

El plan de estudios desarrollado para este programa universitario permitirá a los profesionales adquirir una visión integral sobre la gestión directiva aplicada al entorno creativo. A lo largo del recorrido, desarrollarán habilidades para liderar proyectos de alto impacto, gestionar marcas con identidad sólida y tomar decisiones financieras en contextos de cambio constante. Paralelamente, se abordarán áreas como las nuevas industrias creativas, la protección de intangibles, el pensamiento de futuros, el branding estratégico y la innovación en *marketing* digital. Además, los diseñadores dominarán técnicas de liderazgo, dirección de personas, emprendimiento creativo y gestión económico-financiera.





“

*Conectarás finanzas, branding y liderazgo creativo en un recorrido académico donde el diseño es protagonista”*

## Módulo 1. Nuevas industrias creativas

- 1.1. Nuevas industrias creativas
  - 1.1.1. De la industria cultural a la industria creativa
  - 1.1.2. Las Industrias Creativas actuales
  - 1.1.3. Actividades y sectores que componen las Industrias Creativas
- 1.2. Peso económico de las Industrias Creativas en la actualidad
  - 1.2.1. Contribución
  - 1.2.2. Impulsores de crecimiento y de cambio
  - 1.2.3. Panorama laboral en las Industrias Creativas
- 1.3. Nuevo contexto global de las Industrias Creativas
  - 1.3.1. Radiografía de las Industrias Creativas en el mundo
  - 1.3.2. Fuentes de financiación de las Industrias Creativas en cada país
  - 1.3.3. Casos prácticos: modelos de gestión y políticas públicas
- 1.4. El patrimonio natural y cultural
  - 1.4.1. Patrimonio histórico y cultural
  - 1.4.2. Productos derivados y servicios de museos, sitios arqueológicos, históricos y paisajes culturales
  - 1.4.3. Patrimonio cultural intangible
- 1.5. Artes visuales
  - 1.5.1. Artes plásticas
  - 1.5.2. Fotografía
  - 1.5.3. Artesanía
- 1.6. Artes escénicas
  - 1.6.1. Teatro y danza
  - 1.6.2. Música y festivales
  - 1.6.3. Ferias y circo
- 1.7. Medios audiovisuales
  - 1.7.1. Películas, TV y contenido audiovisual
  - 1.7.2. Radio, Podcasts y contenido auditivo
  - 1.7.3. Videojuegos
- 1.8. Publicaciones actuales
  - 1.8.1. Literatura, ensayo y poesía
  - 1.8.2. Editoriales
  - 1.8.3. Prensa

- 1.9. Servicios creativos
  - 1.9.1. Diseño y moda
  - 1.9.2. Arquitectura y paisajismo
  - 1.9.3. Publicidad
- 1.10. Conexiones de la economía creativa o economía Naranja
  - 1.10.1. Modelo cascada – círculos concéntricos
  - 1.10.2. *Spillovers* creativos, de producción y de conocimiento
  - 1.10.3. Cultura al servicio de la economía creativa

## Módulo 2. Protección de productos creativos e intangibles en el mercado actual

- 2.1. Protección jurídica de activos intangibles
- 2.2. Propiedad Intelectual I
- 2.3. Propiedad Intelectual II
- 2.4. Propiedad Intelectual III
- 2.5. Propiedad Industrial I: marcas
- 2.6. Propiedad Industrial II: diseños industriales
- 2.7. Propiedad Industrial III: patentes y modelos de utilidad
- 2.8. Propiedad Intelectual e Industrial: práctica
- 2.9. Derecho Publicitario I
- 2.10. Derecho Publicitario II

## Módulo 3. Gestión económica y financiera de Empresas Creativas

- 3.1. La necesaria sostenibilidad económica
  - 3.1.1. La estructura financiera de una empresa creativa
  - 3.1.2. La contabilidad en una empresa creativa
  - 3.1.3. Triple balance
- 3.2. Los ingresos y los gastos de una empresa creativa actual
  - 3.2.1. Contabilidad de costes
  - 3.2.2. Tipo de costes
  - 3.2.3. Asignación de costes
- 3.3. Los tipos de beneficio en la empresa
  - 3.3.1. Margen de contribución
  - 3.3.2. Punto de equilibrio
  - 3.3.3. Evaluación de alternativas

- 3.4. La inversión en el sector creativo
    - 3.4.1. La inversión en la industria creativa
    - 3.4.2. Valoración de una inversión
    - 3.4.3. El método VAN: valor actual neto
  - 3.5. La rentabilidad en la industria creativa
    - 3.5.1. Rentabilidad económica
    - 3.5.2. Rentabilidad del tiempo
    - 3.5.3. Rentabilidad financiera
  - 3.6. La tesorería: liquidez y solvencia
    - 3.6.1. Flujo de caja
    - 3.6.2. Balance y cuenta de resultados
    - 3.6.3. Liquidación y apalancamiento
  - 3.7. Fórmulas de financiación actualmente en el mercado creativo
    - 3.7.1. Fondos de capital riesgo
    - 3.7.2. *Business Angels*
    - 3.7.3. Convocatorias y subvenciones
  - 3.8. El precio del producto en la industria creativa
    - 3.8.1. Fijación de precios
    - 3.8.2. Ganancia vs. Competencia
    - 3.8.3. La estrategia de precios
  - 3.9. Estrategia de precios en el sector creativo
    - 3.9.1. Tipos de estrategias de precio
    - 3.9.2. Ventajas
    - 3.9.3. Desventajas
  - 3.10. Presupuestos operativos
    - 3.10.1. Herramienta de planificación estratégica
    - 3.10.2. Elementos incluidos en el presupuesto operativo
    - 3.10.3. Desarrollo y ejecución del presupuesto operativo
- 
- Módulo 4. *Futures Thinking*: ¿Cómo transformar el hoy desde el mañana?**
- 4.1. Metodología *Futures Thinking*
    - 4.1.1. El *Futures Thinking*
    - 4.1.2. Beneficios del uso de esta metodología
    - 4.1.3. El papel del "futurista" en la empresa creativa
  - 4.2. Señales de cambio
    - 4.2.1. La señal de cambio
    - 4.2.2. Identificación de las señales de cambio
    - 4.2.3. La interpretación de las señales
  - 4.3. Tipos de futuros
    - 4.3.1. Viaje al pasado
    - 4.3.2. Los cuatro tipos de futuros
    - 4.3.3. Aplicación de la metodología *Futures Thinking* en el trabajo
  - 4.4. *Future Forecasting*
    - 4.4.1. En busca de *Drivers*
    - 4.4.2. Cómo crear una previsión de futuro
    - 4.4.3. Cómo escribir un futuro escenario
  - 4.5. Técnicas de estimulación mental
    - 4.5.1. Pasado, futuro y empatía
    - 4.5.2. Hechos vs. Experiencia
    - 4.5.3. Caminos alternativos
  - 4.6. Previsión colaborativa
    - 4.6.1. El futuro como un juego
    - 4.6.2. *Future Wheel*
    - 4.6.3. El futuro desde distintos enfoques
  - 4.7. Victorias épicas
    - 4.7.1. Del descubrimiento a la propuesta de innovación
    - 4.7.2. La victoria épica
    - 4.7.3. La equidad en el juego del futuro
  - 4.8. Futuros preferentes
    - 4.8.1. El futuro preferente
    - 4.8.2. Técnicas
    - 4.8.3. Trabajar desde el futuro hacia atrás
  - 4.9. De la predicción a la acción
    - 4.9.1. Imágenes del futuro
    - 4.9.2. Artefactos del futuro
    - 4.9.3. Hoja de ruta

- 4.10. ODS. Una visión global y multidisciplinar del futuro
  - 4.10.1. Desarrollo sostenible como objetivo mundial
  - 4.10.2. La gestión del ser humano en la naturaleza
  - 4.10.3. Sostenibilidad social

## Módulo 5. Gestión del consumidor o usuario en Empresas Creativas

- 5.1. El usuario en el contexto actual
  - 5.1.1. El cambio del consumidor en los últimos tiempos
  - 5.1.2. La importancia de la investigación
  - 5.1.3. Análisis de tendencias
- 5.2. Estrategia con la persona en el centro
  - 5.2.1. La estrategia *Human Centric*
  - 5.2.2. Claves y beneficios de ser *Human Centric*
  - 5.2.3. Casos de éxito
- 5.3. El dato en la estrategia *Human Centric*
  - 5.3.1. El dato en la estrategia *Human Centric*
  - 5.3.2. El valor del dato
  - 5.3.3. Vista 360° del cliente
- 5.4. Implantación de la estrategia *Human Centric* en la industria creativa
  - 5.4.1. Transformación de información dispersa en conocimiento del cliente
  - 5.4.2. Análisis de la oportunidad
  - 5.4.3. Estrategias e iniciativas de maximización
- 5.5. Metodología *Human Centric*
  - 5.5.1. De la investigación al prototipado
  - 5.5.2. Modelo de doble diamante: proceso y fases
  - 5.5.3. Herramientas
- 5.6. *Design Thinking*
  - 5.6.1. El *design Thinking*
  - 5.6.2. Metodología
  - 5.6.3. Técnicas y herramientas de *Design Thinking*
- 5.7. El posicionamiento de la marca en la mente del usuario
  - 5.7.1. El análisis de posicionamiento
  - 5.7.2. Tipología
  - 5.7.3. Metodología y herramientas

- 5.8. *User Insights* en las empresas creativas
  - 5.8.1. Los *insights* y su importancia
  - 5.8.2. *Customer Journey* y la relevancia del *Journey Map*
  - 5.8.3. Técnicas de investigación
- 5.9. El perfil de los usuarios (arquetipos y *Buyer persona*)
  - 5.9.1. Arquetipos
  - 5.9.2. *Buyer persona*
  - 5.9.3. Metodología de análisis
- 5.10. Recursos y técnicas de investigación
  - 5.10.1. Técnicas en contexto
  - 5.10.2. Técnicas de visualización y creación
  - 5.10.3. Técnicas de contrastes de voces

## Módulo 6. *Creative branding*: comunicación y gestión de marcas creativas

- 6.1. *Brands and Branding*
  - 6.1.1. Las marcas
  - 6.1.2. Evolución del *Branding*
  - 6.1.3. Posicionamiento, personalidad de marca, notoriedad
- 6.2. Construcción de la marca
  - 6.2.1. *Marketing Mix*
  - 6.2.2. Arquitectura de marca
  - 6.2.3. Identidad de marca
- 6.3. Expresión de la marca
  - 6.3.1. Identidad gráfica
  - 6.3.2. Expresión visual
  - 6.3.3. Otros elementos que reflejan la marca
- 6.4. Comunicación
  - 6.4.1. Enfoques
  - 6.4.2. *Brand Touchpoints*
  - 6.4.3. Técnicas y herramientas de comunicación
- 6.5. *Brand Content*
  - 6.5.1. De marcas a plataformas de entretenimiento
  - 6.5.2. El auge del contenido de marca
  - 6.5.3. Conectar con la audiencia a través de relatos únicos



- 6.6. *Visual Storytelling*
  - 6.6.1. El análisis de la marca
  - 6.6.2. Conceptos publicitarios creativos
  - 6.6.3. La venta creativa
- 6.7. *Customer Experience*
  - 6.7.1. *Customer Experience (CX)*
  - 6.7.2. *Customer Journey*
  - 6.7.3. Alineación de la marca y CX
- 6.8. Planificación estratégica
  - 6.8.1. Objetivos
  - 6.8.2. Identificación de públicos e *insights*
  - 6.8.3. Diseño de la estrategia
- 6.9. Performance
  - 6.9.1. El Briefing
  - 6.9.2. Tácticas
  - 6.9.3. Plan de producción
- 6.10. Evaluación
  - 6.10.1. ¿Qué evaluar?
  - 6.10.2. ¿Cómo evaluar? (Herramientas de medición)
  - 6.10.3. Informes de resultados
- 7.4. Restricciones y obstáculos de la innovación en la industria creativa
  - 7.4.1. Restricciones personales y de grupo
  - 7.4.2. Restricciones sociales y organizaciones
  - 7.4.3. Restricciones industriales y tecnológicas
- 7.5. Innovación cerrada e innovación abierta
  - 7.5.1. De la innovación cerrada a la innovación abierta
  - 7.5.2. Prácticas para implementar la innovación abierta
  - 7.5.3. Experiencias de innovación abierta en empresas
- 7.6. Modelos de negocio innovadores en las IICC
  - 7.6.1. Tendencias empresariales en la economía creativa
  - 7.6.2. Casos de estudio
  - 7.6.3. Revolución del sector
- 7.7. Liderar y gestionar una estrategia de innovación
  - 7.7.1. Impulsar la adopción
  - 7.7.2. Liderar el proceso
  - 7.7.3. Portfolio Maps
- 7.8. Financiar la innovación
  - 7.8.1. CFO: inversor de capital riesgo
  - 7.8.2. Financiación dinámica
  - 7.8.3. Respuesta a los retos
- 7.9. Hibridación: innovar en la economía creativa
  - 7.9.1. Intersección de sectores
  - 7.9.2. Generación de soluciones disruptivas
  - 7.9.3. El efecto Medici
- 7.10. Nuevos ecosistemas creativos e innovadores
  - 7.10.1. Generación de entornos innovadores
  - 7.10.2. La creatividad como estilo de vida
  - 7.10.3. Ecosistemas

## Módulo 7. Liderazgo e innovación en las industrias creativas

- 7.1. Creatividad aplicada a la industria
  - 7.1.1. La expresión creativa
  - 7.1.2. Los recursos creativos
  - 7.1.3. Técnicas creativas
- 7.2. La nueva cultura innovadora
  - 7.2.1. El contexto de la innovación
  - 7.2.2. ¿Por qué falla la innovación?
  - 7.2.3. Teorías académicas
- 7.3. Dimensiones y palancas de la innovación
  - 7.3.1. Los planos o dimensiones de la innovación
  - 7.3.2. Actitudes para la innovación
  - 7.3.3. El intraemprendimiento y la tecnología

## Módulo 8. Transformación digital en la industria creativa

- 8.1. Digital Future de la industria creativa
  - 8.1.1. La transformación digital
  - 8.1.2. Situación del sector y su comparativa
  - 8.1.3. Retos de futuro

- 8.2. Cuarta Revolución Industrial
  - 8.2.1. Revolución Industrial
  - 8.2.2. Aplicación
  - 8.2.3. Impactos
- 8.3. Habilitadores digitales para el crecimiento
  - 8.3.1. Efectividad operativa, aceleración y mejora
  - 8.3.2. Transformación digital continua
  - 8.3.3. Soluciones y servicios para las industrias creativas
- 8.4. La aplicación del Big Data a la empresa
  - 8.4.1. Valor del dato
  - 8.4.2. El dato en la toma de decisiones
  - 8.4.3. *Data Driven Company*
- 8.5. Tecnología cognitiva
  - 8.5.1. IA y *digital interaction*
  - 8.5.2. IoT y robótica
  - 8.5.3. Otras prácticas digitales
- 8.6. Usos y aplicaciones de la tecnología *Blockchain*
  - 8.6.1. *Blockchain*
  - 8.6.2. Valor para el sector de las IICC
  - 8.6.3. Versatilidad de las transacciones
- 8.7. La omnicanalidad y el desarrollo del transmedia
  - 8.7.1. Impacto en el sector
  - 8.7.2. Análisis del reto
  - 8.7.3. Evolución
- 8.8. Ecosistemas de emprendimiento
  - 8.8.1. El papel de la innovación y el venture capital
  - 8.8.2. El ecosistema *Start-up* y los agentes que lo conforman
  - 8.8.3. Cómo maximizar la relación entre el agente creativo y las *Start-up*
- 8.9. Nuevos modelos de negocio disruptivos
  - 8.9.1. Basado en la comercialización (plataformas y *Marketplaces*)
  - 8.9.2. Basado en la prestación de servicios (modelos Freemium, Premium o suscripción)
  - 8.9.3. Basado en comunidades (desde el *Crowdfunding*, redes sociales o *Blogs*)



- 8.10. Metodologías para promover la cultura de innovación en la industria creativa
  - 8.10.1. Estrategia de innovación del océano azul
  - 8.10.2. Estrategia de innovación de *Lean Star-up*
  - 8.10.3. Estrategia de innovación Agile

## Módulo 9. Nuevas estrategias de marketing digital

- 9.1. Tecnología y audiencias
  - 9.1.1. La estrategia digital y diferencias entre el tipo de usuario
  - 9.1.2. El público objetivo, factores excluyentes y generaciones
  - 9.1.3. El *Ideal Customer Profile* (ICP) y la *Buyer* persona
- 9.2. Analítica digital para el diagnóstico
  - 9.2.1. Analítica previa a la estrategia digital
  - 9.2.2. Momento 0
  - 9.2.3. KPI y métrica, tipologías, clasificación según metodologías
- 9.3. *E-entertainment*: el impacto del *E-commerce* en la industria del entretenimiento
  - 9.3.1. *E-commerce*, tipologías y plataformas
  - 9.3.2. La importancia del diseño web: UX y UI
  - 9.3.3. Optimización del espacio online: necesidades mínimas
- 9.4. *Social media e influencer Marketing*
  - 9.4.1. Impacto y evolución del Marketing en redes
  - 9.4.2. La persuasión, claves del contenido y de acciones virales
  - 9.4.3. Planificar campañas de *social Marketing e influencer Marketing*
- 9.5. *Mobile Marketing*
  - 9.5.1. Usuario *Mobile*
  - 9.5.2. *Web Mobile y Apps*
  - 9.5.3. *Acciones Mobile Marketing*
- 9.6. Publicidad en entornos online
  - 9.6.1. La publicidad en RRSS y objetivos de los Social Ads
  - 9.6.2. El embudo de conversión o *Purchase Funnel*: categorías
  - 9.6.3. Plataformas de Social Ads
- 9.7. La metodología *Inbound Marketing*
  - 9.7.1. *Social Selling*, pilares fundamentales y estrategia
  - 9.7.2. La plataforma de CRM en una estrategia digital
  - 9.7.3. El *Inbound Marketing o Marketing* de atracción: acciones y SEO



- 9.8. Automatización del *Marketing*
  - 9.8.1. *Email Marketing* y tipología de Emails
  - 9.8.2. La automatización del *Email Marketing*, aplicaciones, plataformas y ventajas
  - 9.8.3. La aparición del *Bot & Chatbot Marketing*: tipología y plataformas
- 9.9. Herramientas de gestión de datos
  - 9.9.1. CRM en la estrategia digital, tipologías y aplicaciones, plataformas y tendencias
  - 9.9.2. *Big Data: Big Data, Business Analytics y Business Intelligence*
  - 9.9.3. *Big Data*, la Inteligencia Artificial y el *Data Science*
- 9.10. La medición de la rentabilidad
  - 9.10.1. ROI: la definición del retorno de la inversión y ROI vs. ROAS
  - 9.10.2. Optimización del ROI
  - 9.10.3. Métricas clave

## Módulo 10. El emprendimiento en las industrias Creativas

- 10.1. El proyecto emprendedor
  - 10.1.1. Emprendimiento, tipos y ciclo de vida
  - 10.1.2. Perfil del emprendedor
  - 10.1.3. Temas de interés para emprender
- 10.2. Liderazgo personal
  - 10.2.1. Autoconocimiento
  - 10.2.2. Habilidades emprendedoras
  - 10.2.3. Desarrollo de capacidades y habilidades de liderazgo emprendedor
- 10.3. Identificación de oportunidades de innovación y emprendimiento
  - 10.3.1. Análisis de megatendencias y fuerzas competitivas
  - 10.3.2. Comportamiento del consumidor y estimación de la demanda
  - 10.3.3. Evaluación de oportunidades de negocio
- 10.4. Generación de ideas de negocio en la industria creativa
  - 10.4.1. Herramientas para la generación de ideas: *Brainstorming*, mapas mentales, *Drawstorming*, etc
  - 10.4.2. Diseño de propuesta de valor: Canvas, 5 w
  - 10.4.3. Desarrollo de la propuesta de valor
- 10.5. Prototipado y validación
  - 10.5.1. Desarrollo del prototipo
  - 10.5.2. Validación
  - 10.5.3. Ajustes de prototipado

- 10.6. Diseño del modelo de negocio
  - 10.6.1. El modelo de negocio
  - 10.6.2. Metodologías para la creación de modelos de negocio
  - 10.6.3. Diseño del modelo de negocio para idea propuesta
- 10.7. Liderazgo de equipo
  - 10.7.1. Perfiles del equipo según temperamentos y personalidad
  - 10.7.2. Habilidades del líder de equipo
  - 10.7.3. Métodos de trabajo en equipo
- 10.8. Mercados culturales
  - 10.8.1. Naturaleza de los mercados culturales
  - 10.8.2. Tipos de mercados culturales
  - 10.8.3. Identificación de mercados culturales de proximidad
- 10.9. Plan de *Marketing* y *Branding* personal
  - 10.9.1. Proyección del proyecto personal y de emprendimiento
  - 10.9.2. Plan estratégico a medio y corto plazo
  - 10.9.3. Variables de medición de éxito
- 10.10. Pitch de venta
  - 10.10.1. Presentación de proyecto a inversores
  - 10.10.2. Elaboración de presentaciones atractivas
  - 10.10.3. Desarrollo de habilidades de comunicación eficaz

## 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. El Presupuesto de Explotación
  - 13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
  - 13.4.6. Seguimiento del Presupuesto

- 13.5. 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. *Management* directivo

- 14.1. *General Management*
  - 14.1.1. Concepto de *General Management*
  - 14.1.2. La acción del *Manager General*
  - 14.1.3. El Director General y sus funciones
  - 14.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques



- 14.3. Dirección de operaciones
  - 14.3.1. Importancia de la dirección
  - 14.3.2. La cadena de valor
  - 14.3.3. Gestión de calidad
- 14.4. Oratoria y formación de portavoces
  - 14.4.1. Comunicación interpersonal
  - 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 14.4.3. Barreras en la comunicación
- 14.5. Herramientas de comunicación personales y organizacional
  - 14.5.1. La comunicación interpersonal
  - 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
  - 14.5.3. La comunicación en la organización
  - 14.5.4. Herramientas en la organización
- 14.6. Comunicación en situaciones de crisis
  - 14.6.1. Crisis
  - 14.6.2. Fases de la crisis
  - 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 14.7. Preparación de un plan de crisis
  - 14.7.1. Análisis de posibles problemas
  - 14.7.2. Planificación
  - 14.7.3. Adecuación del personal
- 14.8. Inteligencia emocional
  - 14.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 14.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 14.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 14.9. *Branding* Personal
  - 14.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
  - 14.9.2. Leyes del branding personal
  - 14.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 14.10. Liderazgo y gestión de equipos
  - 14.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 14.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
  - 14.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
  - 14.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

# 04

## Objetivos docentes

A través de esta titulación universitaria, los profesionales desarrollarán una visión estratégica para liderar organizaciones dentro del ecosistema creativo, articulando pensamiento crítico, sensibilidad estética y toma de decisiones empresariales. Asimismo, serán capaces de dirigir equipos multidisciplinares, diseñar modelos de negocio sostenibles y aplicar herramientas de análisis para anticipar tendencias. También, adquirirán competencias en gestión financiera, construcción de marcas creativas y protección de intangibles. Finalmente, los egresados potenciarán su capacidad emprendedora, integrando innovación y liderazgo en la creación y consolidación de proyectos. Todo ello, desde una perspectiva ética, global y adaptable a los desafíos actuales de las industrias culturales y creativas







“

*Desarrollarás habilidades para liderar con visión,  
tomar decisiones estratégicas y transformar  
contextos complejos desde la creatividad”*



## Objetivos generales

- ◆ Comprender el funcionamiento y la estructura de las industrias creativas en el contexto global
- ◆ Analizar el impacto económico y cultural de las actividades creativas en distintas regiones
- ◆ Diseñar estrategias de gestión financiera adaptadas a empresas del sector creativo
- ◆ Aplicar herramientas de innovación y pensamiento prospectivo para transformar modelos de negocio
- ◆ Desarrollar habilidades de liderazgo para dirigir equipos multidisciplinares en entornos creativos
- ◆ Evaluar la viabilidad de proyectos emprendedores en industrias culturales y creativas
- ◆ Implementar metodologías de marketing digital y branding específicas para productos creativos
- ◆ Utilizar la analítica de datos y el conocimiento del consumidor para tomar decisiones estratégicas
- ◆ Gestionar la protección jurídica de los activos intangibles de valor creativo
- ◆ Promover la sostenibilidad, ética empresarial y responsabilidad social en el ámbito creativo
- ◆ Dominar técnicas de comunicación directiva para entornos empresariales dinámicos y culturales
- ◆ Integrar tecnologías digitales disruptivas para fomentar la transformación en empresas creativas





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Nuevas industrias Creativas

- ◆ Adentrarse en el conocimiento de las nuevas industrias creativas
- ◆ Conocer en profundidad el peso de las industrias creativas a nivel económico
- ◆ Profundizar en las artes visuales y escénicas
- ◆ Obtener un conocimiento profundo sobre el patrimonio histórico, natural y cultural

### Módulo 2. Protección de productos creativos e intangibles en el mercado actual

- ◆ Conocer las normativas que afectan a los productos creativos e intangibles, como la propiedad intelectual, industrial o el derecho publicitario
- ◆ Aplicar las normas estudiadas al trabajo diario como director de empresas creativas

### Módulo 3. Gestión económica y financiera de Empresas Creativas

- ◆ Conocer la estructura financiera de una empresa creativa
- ◆ Tener conocimientos suficientes para realizar la gestión contable y financiera de una empresa creativa
- ◆ Entender cómo deben realizarse las inversiones en este sector
- ◆ Saber fijar los precios de los productos en la industria creativa

### Módulo 4. *Futures Thinking*: ¿Cómo transformar el hoy desde el mañana?

- ◆ Conocer en profundidad la metodología *Futures Thinking*
- ◆ Entender las señales que indican que debe producirse un cambio en la manera de trabajar
- ◆ Comprender cómo puede ser el futuro para adelantarse y crear estrategias innovadoras que favorezcan el crecimiento de la compañía
- ◆ Pensar en la sostenibilidad como objetivo a cumplir a través de todas las acciones planteadas

### Módulo 5. Gestión del consumidor o usuario en Empresas Creativas

- ◆ Conocer las nuevas tendencias en los métodos de compra del consumidor
- ◆ Entender que el cliente tiene que ser el centro de todas las estrategias de la compañía
- ◆ Aplicar técnicas y herramientas de *design thinking*
- ◆ Aplicar diferentes recursos y técnicas de investigación

### Módulo 6. *Creative branding*: comunicación y gestión de marcas Creativas

- ◆ Entender el proceso de creación y evolución de una marca
- ◆ Conocer cómo se debe realizar la identidad gráfica de la marca
- ◆ Conocer las principales técnicas y herramientas de la comunicación
- ◆ Ser capaz de realizar el briefing de la compañía

### Módulo 7. Liderazgo e innovación en las industrias Creativas

- ◆ Aplicar recursos creativos en el desarrollo de la empresa
- ◆ Entender la innovación como parte esencial de cualquier compañía creativa
- ◆ Conocer los obstáculos de la innovación en la industria creativa
- ◆ Ser capaz de liderar una estrategia de innovación en la empresa

### Módulo 8. Transformación digital en la industria creativa

- ◆ Saber llevar a cabo la transformación digital en las empresas creativas
- ◆ Conocer los impactos de la cuarta revolución industrial
- ◆ Aplicar los conceptos y estrategias del *Big Data* a la empresa creativa
- ◆ Aplicar la tecnología *blockchain*

### Módulo 9. Nuevas estrategias de *marketing* digital

- ◆ Aplicar herramientas de marketing digital, teniendo en cuenta la audiencia a la que llegarán los mensajes
- ◆ Realizar analíticas web que den información a la empresa para saber dirigir su estrategia publicitaria
- ◆ Utilizar las redes sociales como herramientas de marketing y publicidad
- ◆ Aplicar herramientas de *inbound marketing*



**Módulo 10. El emprendimiento en las industrias Creativas**

- ♦ Ser capaz de llevar a cabo proyectos emprendedores en Industrias Creativas
- ♦ Desarrollar las habilidades de liderazgo adecuadas
- ♦ Saber identificar las oportunidades en el mercado
- ♦ Aplicar herramientas de generación de ideas, como el *brainstorming*

**Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las Empresas**

- ♦ Analizar el impacto de la globalización en la gobernanza y el gobierno corporativo
- ♦ Evaluar la importancia del liderazgo efectivo en la dirección y éxito de las empresas
- ♦ Definir las estrategias de gestión intercultural y su relevancia en entornos empresariales diversos
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo y entender los desafíos actuales que enfrentan los líderes
- ♦ Determinar los principios y prácticas de la ética empresarial y su aplicación en la toma de decisiones corporativas
- ♦ Estructurar estrategias para la implementación y mejora de la sostenibilidad y la responsabilidad social en las empresas

**Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento**

- ♦ Determinar la relación entre la dirección estratégica y la gestión de recursos humanos
- ♦ Profundizar las competencias necesarias para la gestión eficaz de recursos humanos por competencias
- ♦ Ahondar en las metodologías para la evaluación del rendimiento y la gestión del desempeño
- ♦ Integrar las innovaciones en la gestión del talento y su impacto en la retención y fidelización del personal
- ♦ Desarrollar estrategias para la motivación y el desarrollo de equipos de alto desempeño
- ♦ Proponer soluciones efectivas para la gestión del cambio y la resolución de conflictos en las organizaciones

**Módulo 13. Dirección económico-financiera**

- ♦ Analizar el entorno macroeconómico y su influencia en el sistema financiero nacional e internacional
- ♦ Definir los sistemas de información y Business Intelligence para la toma de decisiones financieras
- ♦ Diferenciar decisiones financieras clave y la gestión de riesgos en la dirección financiera
- ♦ Valorar estrategias para la planificación financiera y la obtención de financiación empresarial

**Módulo 14. Management directivo**

- ♦ Definir el concepto de General Management y su relevancia en la dirección de empresas
- ♦ Evaluar las funciones y responsabilidades del directivo en la cultura organizacional
- ♦ Analizar la importancia de la dirección de operaciones y la gestión de la calidad en la cadena de valor
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal y oratoria para la formación de portavoces



*Un programa de última generación para los profesionales que quieran alcanzar la excelencia profesional"*

# 05

## Salidas profesionales

Una vez finalizado este posgrado, los egresados podrán acceder a una amplia gama de oportunidades en sectores vinculados al diseño, la innovación y la gestión cultural. De hecho, podrán ocupar puestos directivos en agencias creativas, estudios de diseño, departamentos de marketing, consultoras de branding o instituciones culturales. También, estarán capacitados para liderar startups, desarrollar proyectos propios o gestionar iniciativas de impacto social y creativo. En definitiva, la versatilidad de este itinerario les permitirá a los diseñadores aplicar los conocimientos adquiridos en industrias tradicionales en proceso de transformación digital, abriendo puertas en contextos empresariales y escenarios emergentes vinculados a la economía creativa.





“

*Accederás a puestos directivos en empresas donde la creatividad es el motor de la innovación y el valor diferencial”*

#### Perfil del egresado

El egresado dominará herramientas clave para la dirección de equipos, la planificación de proyectos y la toma de decisiones en contextos dinámicos. A su vez, este programa universitario conseguirá que el profesional se destaque por integrar un pensamiento crítico, sensibilidad estética y criterio empresarial, lo que le permitirá gestionar marcas, productos o servicios desde una perspectiva creativa y rentable. Asimismo, este experto contará con competencias para analizar tendencias, implementar estrategias sostenibles y emprender con solidez en el cambiante panorama de las industrias culturales y del diseño contemporáneo.

*Desarrollarás un perfil versátil, con pensamiento crítico, habilidades de liderazgo y dominio del entorno digital, ideal para destacar en las industrias creativas.*

- ♦ **Innovación y Futures Thinking:** anticipar tendencias y transformar entornos actuales mediante pensamiento de futuros
- ♦ **Creative Branding:** construir y gestionar marcas con identidad sólida, narrativa coherente y posicionamiento diferencial
- ♦ **Protección de Activos Intangibles:** manejar la propiedad intelectual y gestión legal de productos creativos
- ♦ **Marketing Digital en Entornos Creativos:** dominar estrategias digitales para impulsar la visibilidad y el valor de proyectos culturales y de diseño







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

- 1. Director de Empresas Creativas y Culturales:** responsable de liderar y gestionar organizaciones orientadas al diseño, el arte, la moda o los medios digitales, con enfoque estratégico y rentable
- 2. Consultor en Innovación y Diseño Estratégico:** asesor en los procesos de transformación en empresas, integrando metodologías de diseño y pensamiento de futuros.
- 3. Head of Design Operations:** coordinador de equipos y procesos en estudios de diseño o departamentos creativos, optimizando flujos de trabajo y recursos.
- 4. Gerente de Emprendimiento Creativo:** líder de *startups* o iniciativas propias en sectores como el diseño, la tecnología, la comunicación visual o la producción cultural.
- 5. Especialista en Propiedad Intelectual y Activos Intangibles Creativos:** encargado de proteger y gestionar legalmente obras, marcas y desarrollos en empresas culturales.
- 6. Director de Proyectos Digitales para Industrias Creativas:** responsable de diseñar e implementar estrategias digitales que potencien productos o servicios creativos.
- 7. Consultor en Marketing Digital para Empresas de Diseño:** diseñador de campañas de alto impacto orientadas al posicionamiento online y fidelización de audiencias.
- 8. Responsable de Desarrollo de Negocio en Empresas de Diseño:** responsable de la expansión comercial, alianzas estratégicas y escalabilidad de servicios creativos.
- 9. Director de Talento en Entornos Creativos:** líder en gestión de personas, cultura organizacional y desarrollo de equipos multidisciplinares en empresas del sector.

06

# Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”*

## 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.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo  
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



### 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”*

## 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.*



## 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 mentor-alumno, 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.



## 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.*



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.



# 07

## Cuadro docente

Liderazgo estratégico y visión creativa definen al cuadro docente de este Máster de Formación Permanente BA, compuesto por profesionales en activo con amplia experiencia en la dirección de empresas del ámbito del diseño, la innovación y las industrias culturales. De hecho, estos expertos aportan una perspectiva actual y aplicada, fruto de su labor. Asimismo, su enfoque combinará la excelencia académica con una sólida trayectoria empresarial, guiando al alumnado en el desarrollo de habilidades directivas, pensamiento disruptivo y toma de decisiones en entornos altamente competitivos.





“

*Te capacitarás con referentes del sector creativo y directivo, profesionales que convierten la experiencia en inspiración aplicable”*

## Directora Invitada Internacional

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

“

*Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”*

## Director Invitado Internacional

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”*

## Director Invitado Internacional

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”*

## Director Invitado 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”*

## Director Invitado Internacional

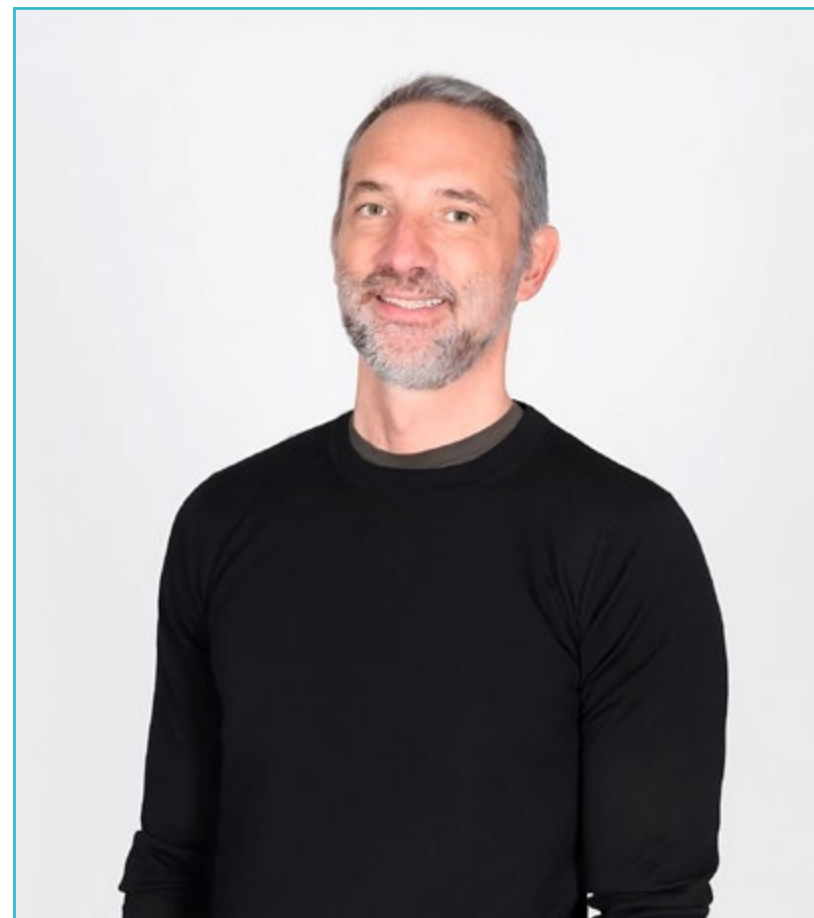
Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto** en el entorno de la Moda. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello, ligado a marcas de prestigio 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?”*

## Director Invitado Internacional

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 Luminare 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 *Business 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”*

## Director Invitado 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”*

## Directora Invitada Internacional

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

“

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

## Dirección



### Dra. Velar Lera, Margarita

- ♦ Consultora de Comunicación Experta en Moda
- ♦ CEO de Forefashion Lab
- ♦ Directora de Marketing Corporativo en SGN Group
- ♦ Consultora de Comunicación Corporativa en LLYC
- ♦ Consultor de Comunicación y Marca *Freelance*
- ♦ Responsable de Comunicación en la Universidad Villanueva
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados al Marketing
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School

## Profesores

### Dra. Bravo Durán, Sandra

- ♦ CEO de UX en Myme
- ♦ CEO y Fundadora de Ch2 Abroad & Events
- ♦ Socióloga del Observatorio Turístico de Salamanca
- ♦ Consultora Digital en Everis
- ♦ Investigadora en Runroom
- ♦ Profesora del Máster en Dirección de Marketing de Moda y Lujo y del Máster Luxury Business Brand Management en MSMK en la Madrid School of Marketing
- ♦ Doctorado en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra
- ♦ Grado en Sociología por la Universidad de Salamanca
- ♦ Licenciatura en Economía por la Universidad de Salamanca
- ♦ Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda por la Universidad de Navarra

### D. Justo Reyes, Rumen

- ♦ Productor Audiovisual y Experto en *Mentoring* para *Startups*
- ♦ Productor de documentales y películas
- ♦ Asesor Financiero y Legal en Películas
- ♦ Inversor en *Startups* creativas
- ♦ Fundador y Director del Festival Internacional de Cine Independiente y de Autor de Canarias
- ♦ Asesor de Emprendimiento en CEOE Tenerife
- ♦ *Startup Mentor* en Asociación Afedes
- ♦ *Startup Mentor* en *Bridge for Billions*
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de La Laguna
- ♦ Máster en PRL por SGS
- ♦ Posgrado en Vigilancia Tecnológica
- ♦ Experto en Gestión de Recursos Humanos por la Universidad de Vigo

### Dra. San Miguel Arregui, Patricia

- ♦ Investigadora Experta en Marketing Digital
- ♦ Fundadora y Directora de Digital Fashion Brands
- ♦ Investigadora y colaboradora en estudios de Marketing
- ♦ Autora del libro *Influencer Marketing*
- ♦ Autora de publicaciones académicas en revistas de prestigio
- ♦ Ponente habitual en congresos y jornadas nacionales e internacionales de Comunicación y Marketing
- ♦ Docente en estudios de grado y postgrado universitario
- ♦ Doctora en Marketing Digital para Empresa de Moda por la Universidad de Navarra
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA en Executive Fashion por ISEM

### Dña. Arroyo Villoria, Cristina

- ♦ Consultora Técnica y Coordinadora de Proyectos Formativos
- ♦ Socia y Directora de Proyectos y Emprendimiento en Factoría de Industrias Creativas
- ♦ Coordinadora de Acerca Cultura Madrid
- ♦ Editora de Contenidos e-Learning Freelance para LIDlearning en LID Editorial
- ♦ Coordinadora de Formación en Factoría Cultural Madrid
- ♦ Licenciatura en Ciencias del Trabajo por la Universidad de Valladolid
- ♦ Máster en Dirección y Gestión de RR. HH por la Escuela de Negocios de San Pablo CEU
- ♦ Máster en e-Learning y Tecnología Educativa, Formación e-Learning
- ♦ Técnico Superior de Prevención de Riesgos, Especialidad de Higiene del Trabajo en el Instituto para la Formación Integral
- ♦ Técnico Superior de Prevención de Riesgos Laborales, Especialidad de Ergonomía y Psicología del Trabajo en el Instituto para la Formación Integral

**Dña. Eyzaguirre Vilanova, Carolina**

- ♦ Asesora Jurídica y Diseñadora Experta en Industria Creativa
- ♦ Asesora Jurídica en la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial
- ♦ Asesora Legal para la Gerencia de la empresa Eley Hawk
- ♦ Diseñadora del National Geographic y El Mueble
- ♦ Docente en estudios de posgrado universitario
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad Pompeu Fabra
- ♦ Licenciada en Diseño por la Universidad Pompeu Fabra
- ♦ Máster Oficial en Propiedad Intelectual por la Universidad Pontificia Comillas
- ♦ Curso de Derecho a la Publicidad por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

**Dña. Gallego Martínez, Ana Belén**

- ♦ Consultora de Estrategias de Negocio
- ♦ Consultora independiente en Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA Máster en Dirección y Administración de Empresas con Especialidad en Dirección Financiera por la Universidad Camilo José Cela
- ♦ Programa Ejecutivo de Transformación Digital por la Escuela de Organización Industrial

**D. Sanjosé, Carlos**

- ♦ Especialista en Marketing Digital
- ♦ Gerente de Marketing Digital en Designable
- ♦ Jefe de Marketing Digital en MURPH
- ♦ Gerente de Marketing Digital en 25 Gramos
- ♦ Jefe de Contenido en Unánime Creativos
- ♦ Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad CEU Cardenal Herrera







**Dra. Paule Vianez, Jessica**

- ◆ Especialista en el Grupo de Investigación en Dirección y Economía de Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos
- ◆ Asesora Comercial en DKV Seguros y Reaseguros
- ◆ Asistente Administrativa en la Fundación para el Desarrollo Directivo de Cáceres
- ◆ Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad Rey Juan Carlos
- ◆ Máster en Tratamiento Estadístico Computacional de la Información por la Universidad Complutense de Madrid
- ◆ Grado en Finanzas y Contabilidad por la Universidad de Extremadura
- ◆ Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Extremadura
- ◆ Miembro de: Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa

“

*Una experiencia de capacitación  
única, clave y decisiva para impulsar  
tu desarrollo profesional”*

08

# Titulación

Este programa MBA en Dirección de Empresas Creativas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster de Formación Permanente expedido por TECH Universidad.





*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este programa te permitirá obtener el título de **MBA en Dirección de Empresas Creativas** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

TECH es miembro de **The Business Graduates Association (BGA)**, la red internacional que reúne a las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo. Esta distinción reafirma su compromiso con la excelencia en la gestión responsable y la capacitación para directivos.

Aval/Membresía

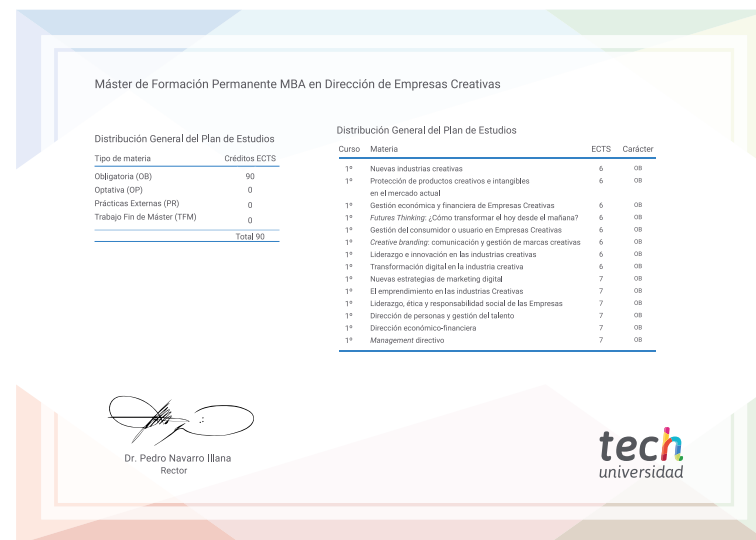


Título: **Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de Empresas Creativas**

Modalidad: **online**

Duración: **7 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



Máster de Formación  
Permanente  
MBA en Dirección  
de Empresas Creativas

- » Modalidad: online
- » Duración: 7 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Máster de Formación Permanente

## MBA en Dirección de Empresas Creativas

Aval/Membresía



tech  
universidad