

Grand Master

Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario

Aval/Membresía



Economics, Business
and Enterprise Association

tech global
university





Grand Master

Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-empresas-sector-inmobiliario



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. 34

05

Salidas profesionales

pág. 40

06

Metodología de estudio

pág. 44

07

Cuadro docente

pág. 54

08

Titulación

pág. 74

01

Presentación del programa

La Alta Dirección en el Sector Inmobiliario es responsable de gestionar actividades que abarcan desde la adquisición de terrenos hasta la comercialización de propiedades.

En un mercado altamente competitivo y regulado, los especialistas deben contar con una combinación única de habilidades estratégicas, financieras y operativas que les permita garantizar el éxito de sus proyectos. Con esta idea en mente, TECH Universidad presenta un innovador programa universitario, enfocado en las últimas tendencias de la Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario. Además, se imparte en modalidad 100% online, adaptada a la agenda de profesionales que buscan optimizar su práctica diaria.



66

*Un programa exhaustivo y 100% online,
exclusivo de TECH y con una perspectiva
internacional respaldada por nuestra
afiliación con la Economics, Business and
Enterprise Association”*

El Sector Inmobiliario ha experimentado una evolución significativa en los últimos años, impulsada por el crecimiento de las ciudades, el aumento de la demanda de espacios residenciales y comerciales, y las nuevas tendencias de inversión.

En consecuencia, los expertos se enfrentan a una variedad de desafíos, desde la fluctuación de los precios del suelo y la propiedad hasta las complejidades legales y fiscales que rigen las transacciones inmobiliarias. Por eso, necesitan desarrollar competencias para gestionar eficazmente las operaciones y tomar decisiones estratégicas fundamentadas y garantizar el éxito a largo plazo de las empresas inmobiliarias en un entorno global cada vez más competitivo.

En cuanto a la metodología de este programa, TECH ofrece un entorno educativo 100% online, que permite a los profesionales compaginar sus estudios con el resto de sus responsabilidades habituales. Igualmente, emplea su disruptiva metodología *Relearning*, basado en la repetición de conceptos clave para fijar conocimientos y facilitar el aprendizaje. El único requerimiento será contar con un dispositivo con acceso a Internet, incluso desde un dispositivo móvil propio. De este modo, podrán adentrarse en el Campus Virtual para disfrutar de una experiencia educativa que elevará sus horizontes laborales a un nivel superior.

En esta misma línea, el plan de estudios integra una exclusiva selección de Masterclasses de alto nivel, impartidas por prestigiosos Directores Invitados Internacionales. Estas sesiones magistrales representan una oportunidad única para que los egresados accedan al conocimiento de expertos de renombre.

Gracias a la membresía en la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, el egresado accederá a publicaciones, recursos digitales y seminarios online para mantenerse actualizado. Asimismo, podrá participar en conferencias anuales y optar al reconocimiento profesional EBEA, impulsando su crecimiento y excelencia profesional en economía y negocios.

Este **Grand Master en Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario
- 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 Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario
- 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



Descubrirás tendencias disruptivas del sector en Masterclasses especializadas, ampliando tu visión global y reforzando habilidades esenciales para destacar en la alta dirección empresarial"

“

Liderarás procesos de cambio en las empresas, impulsando su innovación mediante la integración de herramientas tecnológicas emergentes”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario, 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 contextualizado, 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.

Tomarás decisiones estratégicas en contextos dinámicos y complejos, asegurando que se maximicen los recursos.

Integrarás con eficiencia los conocimientos clave gracias a la metodología Relearning de TECH, logrando los resultados que impulsarán tu desempeño profesional.



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.



66

*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».



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

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.



Universidad
online oficial
de la NBA

4.9/5
★★★★★
★ global score

99%
Garantía de máxima
empleabilidad

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 temario de este Grand Master ha sido creado por referentes destacados en Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario. En este sentido, el plan de estudios abordará en aspectos que abarcan desde la gestión de operaciones inmobiliarias y la investigación de mercados hasta el diseño de interiores. De este modo, los profesionales desarrollarán habilidades avanzadas para liderar proyectos inmobiliarios complejos de manera exitosa. Este enfoque integral permitirá a los egresados anticipar tendencias del mercado y tomar decisiones estratégicas que maximicen el valor de sus inversiones inmobiliarias.



66

Emplearás tecnologías digitales
para mejorar la eficiencia operativa
y la toma de decisiones informadas
en el Sector Inmobiliario”

Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 1.1. Globalización y Gobernanza
 - 1.1.1. Globalización y tendencias: Internacionalización de mercados
 - 1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
 - 1.1.3. Accountability o rendición de cuentas
- 1.2. Liderazgo
 - 1.2.1. Entorno intercultural
 - 1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
 - 1.2.3. Roles y responsabilidades directivas
- 1.3. Cross - Cultural Management
 - 1.3.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
 - 1.3.2. La globalización en la gestión empresarial
 - 1.3.3. Liderazgo intercultural
- 1.4. Management y liderazgo
 - 1.4.1. Integración de estrategias funcionales
 - 1.4.2. Política de Gestión y Procesos
 - 1.4.3. Society and Enterprise
- 1.5. Ética empresarial
 - 1.5.1. Ética e integridad
 - 1.5.2. Comportamiento ético en las empresas
 - 1.5.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
 - 1.5.4. Prevención del fraude y corrupción
 - 1.5.5. Finanzas e inversión responsables
- 1.6. Sostenibilidad
 - 1.6.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
 - 1.6.2. Impacto social, ambiental y económico
 - 1.6.3. Agenda 2030 y ODS
- 1.7. Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
 - 1.7.1. Conceptos fundamentales de RSC
 - 1.7.2. Roles y responsabilidades
 - 1.7.3. Implementación de RSC



- 1.8. Sistemas de gestión responsable
 - 1.8.1. Sistemas de gestión de RSC
 - 1.8.2. Integración de sistemas
 - 1.8.3. Gestión de calidad, medio ambiente y seguridad
 - 1.8.4. Auditorías
- 1.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 1.9.1. Globalización y derechos humanos
 - 1.9.2. Multinacionales en el Derecho internacional
 - 1.9.3. Instrumentos jurídicos específicos
- 1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 1.10.1. Normas Internacionales de Comercio
 - 1.10.2. Propiedad Intelectual e Industrial
 - 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 2. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- 2.1. Gestión Comercial
 - 2.1.1. Fundamentos de gestión comercial
 - 2.1.2. Estrategias de venta
 - 2.1.3. Relación con clientes
- 2.2. Marketing Estratégico
 - 2.2.1. Principios de marketing estratégico
 - 2.2.2. Segmentación de mercados
 - 2.2.3. Posicionamiento de marca
- 2.3. Marketing Digital
 - 2.3.1. Fundamentos de marketing digital
 - 2.3.2. Estrategias de contenido
 - 2.3.3. SEO y SEM
- 2.4. Comunicación Corporativa
 - 2.4.1. Estrategias de comunicación
 - 2.4.2. Gestión de reputación
 - 2.4.3. Comunicación interna y externa

- 2.5. Branding
 - 2.5.1. Gestión de marca
 - 2.5.2. *Brand equity*
 - 2.5.3. Estrategias de branding

Módulo 3. Dirección Estratégica y Management Directivo

- 3.1. Fundamentos de Dirección Estratégica
 - 3.1.1. Conceptos básicos
 - 3.1.2. Análisis del entorno
 - 3.1.3. Formulación de estrategias
- 3.2. Implementación Estratégica
 - 3.2.1. Planificación estratégica
 - 3.2.2. Ejecución de estrategias
 - 3.2.3. Control y evaluación
- 3.3. Gestión del Cambio
 - 3.3.1. Fundamentos del cambio organizacional
 - 3.3.2. Estrategias de gestión del cambio
 - 3.3.3. Resistencia al cambio

Módulo 4. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 4.1. Gestión de Recursos Humanos
 - 4.1.1. Reclutamiento y selección
 - 4.1.2. Formación y desarrollo
 - 4.1.3. Evaluación del desempeño
- 4.2. Desarrollo del Talento
 - 4.2.1. Gestión por competencias
 - 4.2.2. Planes de carrera
 - 4.2.3. Retención del talento
- 4.3. Liderazgo y Equipos
 - 4.3.1. Estilos de liderazgo
 - 4.3.2. Trabajo en equipo
 - 4.3.3. Motivación laboral

Módulo 5. Gestión del factor humano

- 5.1. Importancia del equipo humano
 - 5.1.1. Aspectos generales
 - 5.1.2. Fundamentos y estrategias de los recursos humanos
 - 5.1.3. Ética profesional
 - 5.1.4. Toma de decisiones: financieras y basadas en datos
- 5.2. Áreas de los Recursos Humanos
 - 5.2.1. Gestión del ciclo laboral de los empleados
 - 5.2.2. Desarrollo de personas y gestión del talento
 - 5.2.3. Sistemas de compensación del trabajo
 - 5.2.4. *Branding* del empleado
- 5.3. Atracción del talento y formación
 - 5.3.1. Dirección empresarial desde el punto de vista de las personas
 - 5.3.2. Estrategias para la excelencia
 - 5.3.3. Diseño de puestos de trabajo
 - 5.3.4. Reclutamiento, selección y atracción del talento
 - 5.3.5. Formación y plan de carrera profesional
- 5.4. Digitalización de equipos de trabajo
 - 5.4.1. Nuevas tendencias para gestionar personas
 - 5.4.2. Gestión de equipos virtuales
 - 5.4.3. Digitalización del trabajo y teletrabajo
 - 5.4.4. Diversidad cultural
 - 5.4.5. Retos de los empleados en contextos laborales actuales
- 5.5. Coaching
 - 5.5.1. Historia y origen
 - 5.5.2. Escucha activa
 - 5.5.3. Las preguntas potentes
 - 5.5.4. *Rapport*
 - 5.5.5. Objetivos SMART
- 5.6. El proceso del Coaching
 - 5.6.1. Herramientas del coach
 - 5.6.2. La rueda
 - 5.6.3. La intuición
 - 5.6.4. Target para objetivos
- 5.7. Inteligencia emocional
 - 5.7.1. Concepto e importancia en el ámbito laboral
 - 5.7.2. Las 6 emociones fundamentales
 - 5.7.3. Método MIDE
 - 5.7.4. Método CORTA
- 5.8. Coaching ejecutivo: liderazgo
 - 5.8.1. Stakeholders y fases del proceso
 - 5.8.2. Liderazgo y carisma
 - 5.8.3. Herramientas de liderazgo
 - 5.8.4. Estilos de liderazgo
- 5.9. Motivación y uso eficaz del tiempo
 - 5.9.1. Definición y concepto de motivación
 - 5.9.2. Técnicas de motivación del equipo de trabajo
 - 5.9.3. Valoración del uso del tiempo y sus causas
 - 5.9.4. Factores influyentes
- 5.10. Análisis de datos en la gestión de personal
 - 5.10.1. *Big Data* aplicado a Recursos Humanos
 - 5.10.2. Análisis, indicadores y métricas en Recursos Humanos
 - 5.10.3. Metodología para el análisis: cualitativa y cuantitativa
 - 5.10.4. Interpretación de resultados

Módulo 6. Dirección económico-financiera

- 6.1. Entorno Económico
 - 6.1.1. Teoría de las organizaciones
 - 6.1.2. Factores clave para el cambio organizacional
 - 6.1.3. Estrategias corporativas y gestión del conocimiento
- 6.2. Financiación empresarial
 - 6.2.1. Fuentes de financiación
 - 6.2.2. Tipos de coste financiero
 - 6.2.2.1. Coste del capital propio
 - 6.2.2.2. Coste de la deuda
 - 6.2.2.3. WACC (Coste Medio Ponderado de Capital) en valoración de inversiones

- 6.3. Contabilidad Directiva
 - 6.3.1. Marco internacional de contabilidad
 - 6.3.2. Introducción al ciclo contable
 - 6.3.3. Estados financieros empresariales
- 6.4. Contabilidad de costes
 - 6.4.1. Elementos del cálculo de costes
 - 6.4.2. Gestión de inventarios en contabilidad
 - 6.4.3. Tratamiento del gasto
 - 6.4.4. Clasificación de costes
- 6.5. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 6.5.1. Fundamentos y clasificación
 - 6.5.2. Métodos de reparto de costes
 - 6.5.3. Selección de centros de coste
- 6.6. Presupuesto y control de gestión
 - 6.6.1. Planificación presupuestaria
 - 6.6.2. Diseño del control de gestión
 - 6.6.3. Supervisión y *reporting*
- 6.7. Gestión de tesorería
 - 6.7.1. Fondo de maniobra contable vs. necesario
 - 6.7.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
 - 6.7.3. *Credit Management*
 - 6.7.4. Gestión de patrimonios y *Family Offices*
- 6.8. Responsabilidad fiscal
 - 6.8.1. Responsabilidad fiscal corporativa
 - 6.8.2. Procedimiento tributario: estudio de caso
- 6.9. Sistemas de control empresarial
 - 6.9.1. Tipologías de control
 - 6.9.2. *Compliance* (Cumplimiento normativo)
 - 6.9.3. Auditoría interna
 - 6.9.4. Auditoría externa
- 6.10. Dirección financiera
 - 6.10.1. Fundamentos de dirección financiera
 - 6.10.2. Finanzas y estrategia corporativa
 - 6.10.3. El *CFO*: competencias directivas
- 6.11. Planificación financiera
 - 6.11.1. Modelos de negocio y necesidades financieras
 - 6.11.2. Herramientas de análisis financiero
 - 6.11.3. Planificación a corto plazo
 - 6.11.4. Planificación a largo plazo
- 6.12. Estrategia financiera corporativa
 - 6.12.1. Inversiones financieras corporativas
 - 6.12.2. Tipologías de crecimiento estratégico
- 6.13. Contexto macroeconómico
 - 6.13.1. Análisis macroeconómico
 - 6.13.2. Indicadores de coyuntura
 - 6.13.3. Ciclos económicos
- 6.14. Financiación estratégica
 - 6.14.1. Negocio bancario actual
 - 6.14.2. Gestión del riesgo
- 6.15. Mercados monetarios y de capitales
 - 6.15.1. Mercado de renta fija
 - 6.15.2. Mercado de renta variable
 - 6.15.3. Valoración de empresas
- 6.16. Análisis financiero
 - 6.16.1. Análisis del balance
 - 6.16.2. Análisis de cuenta de resultados
 - 6.16.3. Análisis de rentabilidad
- 6.17. Resolución de casos
 - 6.17.1. Metodología de resolución de problemas
 - 6.17.2. Método del caso

Módulo 7. Inversiones inmobiliarias: Análisis financiero y gestión de patrimonio

- 7.1. Análisis financiero
 - 7.1.1. Rentabilidad económica
 - 7.1.2. Rentabilidad financiera
 - 7.1.3. Apalancamiento financiero
 - 7.1.4. Ratios de liquidez y solvencia
 - 7.1.5. Análisis del endeudamiento de la empresa/particular
- 7.2. Riesgo y análisis del riesgo financiero
 - 7.2.1. Concepto de riesgo y consideraciones previas
 - 7.2.2. Tipos de riesgo
 - 7.2.3. Condiciones del equilibrio financiero
 - 7.2.4. El capital corriente o fondo de rotación
- 7.3. Desarrollo del suelo
 - 7.3.1. Tipologías de sociedades para el desarrollo de suelo
 - 7.3.2. La empresa promotora
 - 7.3.3. Autopromoción
 - 7.3.4. La cooperativa
- 7.4. Empresa de gestión patrimonial
 - 7.4.1. Concepto
 - 7.4.2. Tipos de empresas
 - 7.4.3. Requisitos
 - 7.4.4. Fiscalidad
 - 7.4.5. Ventajas y desventajas
- 7.5. SOCIMI
 - 7.5.1. Concepto
 - 7.5.2. Funcionamiento
 - 7.5.3. Fiscalidad
 - 7.5.4. Ventajas y desventajas
- 7.6. SICAV
 - 7.6.1. Concepto
 - 7.6.2. Funcionamiento
 - 7.6.3. Fiscalidad
 - 7.6.4. Ventajas y desventajas
- 7.7. Fondos de inversión
 - 7.7.1. Concepto
 - 7.7.2. Funcionamiento
 - 7.7.3. Fiscalidad
 - 7.7.4. Ventajas y desventajas
- 7.8. Activos de inversión inmobiliaria
 - 7.8.1. Residencial
 - 7.8.2. Oficinas
 - 7.8.3. Comercial
 - 7.8.4. Industrial
 - 7.8.5. Suelo
- 7.9. IRPF e IVA
 - 7.9.1. Definición y conceptos de IRPF
 - 7.9.2. Rendimiento de capital
 - 7.9.3. Rendimiento de la actividad
 - 7.9.4. Aspectos generales
 - 7.9.5. Aplicación
 - 7.9.6. Exenciones
- 7.10. Financiación inmobiliaria
 - 7.10.1. Fuentes de financiación
 - 7.10.2. Tipo de interés
 - 7.10.3. Amortización de préstamos
 - 7.10.4. Rentas financieras

Módulo 8. Dirección de operaciones y logística

- 8.1. Dirección y gestión de operaciones
 - 8.1.1. Estrategia de operaciones
 - 8.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
 - 8.1.3. Sistemas de indicadores
- 8.2. Organización industrial y logística
 - 8.2.1. Departamento de Organización Industrial
 - 8.2.2. Departamento de Logística Interna
 - 8.2.3. Departamento de Logística Externa



- 8.3. Estructura y tipos de producción (*MTS, MTO, ATO, ETO*)
 - 8.3.1. Sistemas y estrategias de producción
 - 8.3.2. Gestión de inventarios
 - 8.3.3. Indicadores de producción
- 8.4. Gestión de aprovisionamiento
 - 8.4.1. Función de aprovisionamiento
 - 8.4.2. Procesos de aprovisionamiento
 - 8.4.3. Toma de decisiones de compra
- 8.5. Control económico de compras
 - 8.5.1. Diseño avanzado de almacenes
 - 8.5.2. *Picking y sorting*
 - 8.5.3. Control de flujo de materiales
- 8.6. Operaciones de almacén
 - 8.6.1. Gestión de almacenes
 - 8.6.2. Control de inventarios y sistemas de ubicación
 - 8.6.3. Técnicas de gestión de stock
- 8.7. Dirección de compras
 - 8.7.1. Gestión de inventarios
 - 8.7.2. Gestión de almacenes
 - 8.7.3. Gestión de compras y aprovisionamiento
- 8.8. Gestión de la cadena de suministro (*SCM*)
 - 8.8.1. Conceptos fundamentales de *SCM*
 - 8.8.2. Beneficios de la gestión de *SCM*
 - 8.8.3. Logística en la cadena de suministro
- 8.9. *Supply Chain Management*
 - 8.9.1. Costes y eficiencia operativa
 - 8.9.2. Gestión de la demanda
 - 8.9.3. Estrategias operativas

- 8.10. Integración de SCM
 - 8.10.1. Áreas de interacción
 - 8.10.2. Relaciones en SCM
 - 8.10.3. Problemas de integración
- 8.11. Costes logísticos
 - 8.11.1. Estructura de costes
 - 8.11.2. Problemática de costes
 - 8.11.3. Optimización de costes
- 8.12. Rentabilidad logística (*KPIs*)
 - 8.12.1. Medición de rentabilidad
 - 8.12.2. Indicadores generales
 - 8.12.3. Indicadores específicos
- 8.13. Procesos logísticos
 - 8.13.1. Gestión por procesos
 - 8.13.2. Cadena de suministro integral
 - 8.13.3. Gestión de calidad
 - 8.13.4. Servicio posventa
- 8.14. Logística de transporte y distribución
 - 8.14.1. Análisis y previsión de demanda
 - 8.14.2. Planificación de ventas
 - 8.14.3. *Collaborative Planning, Forecasting & Replenishment (CPFR)*
- 8.15. Logística internacional
 - 8.15.1. Operaciones de comercio exterior
 - 8.15.2. Medios de pago internacionales
 - 8.15.3. Plataformas logísticas globales
- 8.16. Outsourcing operativo
 - 8.16.1. Externalización de operaciones
 - 8.16.2. Gestión de proveedores globales
 - 8.16.3. Modelos de tercerización
- 8.17. Competitividad operacional
 - 8.17.1. Innovación en operaciones
 - 8.17.2. Tecnologías emergentes
 - 8.17.3. Sistemas de información operativa

- 8.18. Gestión de calidad
 - 8.18.1. Calidad total
 - 8.18.2. Sistema de gestión de calidad *ISO 9001:2015*
 - 8.18.3. Sistemas integrados de gestión
 - 8.18.4. Modelo *EFQM* de excelencia
 - 8.18.5. Herramientas de calidad

Módulo 9. Innovación y dirección de proyectos

- 9.1. Fundamentos de innovación
 - 9.1.1. Conceptos macro de innovación
 - 9.1.2. Tipologías de innovación
 - 9.1.3. Innovación continua vs. disruptiva
 - 9.1.4. Formación en innovación
- 9.2. Estrategias de innovación
 - 9.2.1. Innovación en la estrategia corporativa
 - 9.2.2. Diseño de proyectos de innovación
 - 9.2.3. Talleres de innovación
- 9.3. Creación de startups
 - 9.3.1. De idea a modelo de negocio
 - 9.3.2. Selección de socios
 - 9.3.3. Aspectos jurídicos
 - 9.3.4. Cultura organizacional
 - 9.3.5. Capital riesgo y gestión emprendedora
- 9.4. Modelos de negocio innovadores
 - 9.4.1. Metodología *Lean Startup*
 - 9.4.2. Desarrollo de negocios innovadores
 - 9.4.3. Alternativas de financiación
 - 9.4.4. Herramientas: Mapa de empatía, *Canvas*, métricas
 - 9.4.5. Estrategias de crecimiento y fidelización

- 9.5. Gestión de proyectos
 - 9.5.1. Identificación de oportunidades
 - 9.5.2. Estudios de viabilidad
 - 9.5.3. Diseño de proyectos
 - 9.5.4. Ejecución de proyectos
 - 9.5.5. Cierre de proyectos
- 9.6. Gestión del cambio
- 9.7. Comunicación en proyectos
- 9.8. Metodologías de gestión
- 9.9. *Project Management para startups*
- 9.10. Gestión de riesgos

Módulo 10. Gestión de operaciones inmobiliarias: Arrendamiento

- 10.1. Introducción al arrendamiento
 - 10.1.1. Definición de arrendamiento
 - 10.1.2. Características del contrato
 - 10.1.3. Ámbito de aplicación
 - 10.1.4. Normas reguladoras comunes
- 10.2. Contrato de arrendamiento
 - 10.2.1. Concepto y características
 - 10.2.2. Elementos del contrato de arrendamiento
 - 10.2.3. Derechos y deberes comunes del arrendador
 - 10.2.4. Derechos y deberes comunes del arrendatario
- 10.3. Contrato de arrendamiento de vivienda
 - 10.3.1. Naturaleza normativa
 - 10.3.2. Subarriendo y cesión del arrendamiento
 - 10.3.3. Duración y objeto del contrato
 - 10.3.4. La renta
- 10.4. Contrato de arrendamiento de uso distinto de vivienda
 - 10.4.1. Naturaleza normativa
 - 10.4.2. Subarriendo y cesión del arrendamiento
 - 10.4.3. Duración y objeto del contrato
 - 10.4.4. La renta
- 10.5. Contrato de arrendamiento de uso turístico
 - 10.5.1. Definición y aspectos generales
 - 10.5.2. Ámbito de aplicación
 - 10.5.3. Normativa reguladora y características particulares
 - 10.5.4. Cambio de uso de locales para alquiler de uso turístico
- 10.6. La fianza
 - 10.6.1. Definición y aspectos generales
 - 10.6.2. Actualización de la fianza
 - 10.6.3. Restitución de la fianza
 - 10.6.4. Garantías complementarias
- 10.7. Formalización del arrendamiento
 - 10.7.1. Formalización del contrato
 - 10.7.2. Requisitos del documento
 - 10.7.3. Objeto y tipologías del contrato
 - 10.7.4. Modelos de contrato
- 10.8. Resolución del contrato de arrendamiento
 - 10.8.1. Definición y causas: suspensión, resolución y extinción
 - 10.8.2. Habitabilidad de la vivienda
 - 10.8.3. Incumplimiento de obligaciones
 - 10.8.4. Extinción del arrendamiento
- 10.9. Extinción forzosa del arrendamiento
 - 10.9.1. Definición y aspectos generales
 - 10.9.2. Juicio de desahucio
 - 10.9.3. Procedimiento legal en caso de impago
 - 10.9.4. Otras causas de extinción forzosa del arrendamiento
- 10.10. Arrendamiento como modelo de negocio de inversión
 - 10.10.1. Rentabilidad del arrendamiento de vivienda
 - 10.10.2. Definición y concepto de alquiler de uso turístico
 - 10.10.3. Rentabilidad del arrendamiento de uso turístico
 - 10.10.4. Fiscalidad del arrendamiento

Módulo 11. Gestión de operaciones inmobiliarias: La compraventa

- 11.1. Introducción a la operación de compraventa
 - 11.1.1. Definición y concepto
 - 11.1.2. Objeto y requisitos
 - 11.1.3. Aspectos generales de la compraventa
 - 11.1.4. La cosa y el precio
- 11.2. Facultades de los sujetos intervinientes
 - 11.2.1. Capacidad e incapacitación
 - 11.2.2. Prohibiciones de comprar y disponer
 - 11.2.3. Limitaciones a la compraventa
 - 11.2.4. Compraventa de inmueble gravado y/o arrendado
- 11.3. Trámites previos a la compraventa
 - 11.3.1. Trámites previos a la compraventa
 - 11.3.2. Carta de intenciones
 - 11.3.3. Precontrato y promesa de compraventa
 - 11.3.4. Opción a compra
- 11.4. La *Due Diligence* Inmobiliaria
 - 11.4.1. Definición y aspectos a tener en cuenta
 - 11.4.2. Fuentes de información
 - 11.4.3. El proceso de la *Due Diligence*
 - 11.4.4. El informe
- 11.5. Contrato de arras
 - 11.5.1. Definición y tipos de contratos de arras
 - 11.5.2. Arras confirmatorias
 - 11.5.3. Arras penitenciales
 - 11.5.4. Arras penales
- 11.6. Contrato de compraventa
 - 11.6.1. Definición y aspectos generales
 - 11.6.2. Concepto y características del contrato
 - 11.6.3. Perfección del contrato
 - 11.6.4. Formalización del contrato



- 11.7. Obligaciones del vendedor
 - 11.7.1. Entrega del inmueble
 - 11.7.2. Conservación y custodia
 - 11.7.3. Saneamiento
 - 11.7.4. Gastos e impuestos
- 11.8. Obligaciones del comprador
 - 11.8.1. Pago del precio
 - 11.8.2. Formas de pago
 - 11.8.3. Compraventa con pago aplazado y garantías
 - 11.8.4. Gastos e impuestos
- 11.9. Extinción del contrato de compraventa
 - 11.9.1. Definición y aspectos generales
 - 11.9.2. La resolución del contrato y sus causas
 - 11.9.3. Derecho común de tanteo y retracto
 - 11.9.4. Desistimiento unilateral
- 11.10. Modelos de contratos de compraventa
 - 11.10.1. Carta de intenciones
 - 11.10.2. Promesa de compraventa
 - 11.10.3. Contrato de arras
 - 11.10.4. Contrato de opción a compra

Módulo 12. Dirección de sistemas de información

- 12.1. Entornos tecnológicos
 - 12.1.1. Sistemas de información empresarial
 - 12.1.2. Decisiones estratégicas
 - 12.1.3. Rol del CIO
- 12.2. Tecnologías de la información
 - 12.2.1. Evolución del modelo de IT
 - 12.2.2. Organización y departamento de IT
 - 12.2.3. IT y entorno económico
- 12.3. Estrategia tecnológica
 - 12.3.1. Creación de valor para stakeholders
 - 12.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
 - 12.3.3. Estrategia corporativa vs. digital
- 12.4. Dirección de sistemas
 - 12.4.1. Análisis empresarial y sectorial
 - 12.4.2. Modelos de negocio digitales
 - 12.4.3. Valor estratégico de IT
- 12.5. Planificación estratégica
 - 12.5.1. Proceso de planificación
 - 12.5.2. Formulación de estrategias de SI
 - 12.5.3. Implementación estratégica
- 12.6. Sistemas de decisión
 - 12.6.1. *Business Intelligence* (BI)
 - 12.6.2. *Data Warehouse*
 - 12.6.3. *BSC* (Cuadro de Mando Integral)
- 12.7. *Business Intelligence*
 - 12.7.1. CRM y BI
 - 12.7.2. Gestión de proyectos de BI
 - 12.7.3. Arquitectura de BI
- 12.8. BI empresarial
 - 12.8.1. Gestión del dato
 - 12.8.2. Conceptos clave
 - 12.8.3. Características principales
 - 12.8.4. Soluciones de mercado
 - 12.8.5. Arquitectura de soluciones BI
 - 12.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science
- 12.9. Conceptos empresariales
 - 12.9.1. Justificación de BI
 - 12.9.2. Obtención de información
 - 12.9.3. BI por departamentos
 - 12.9.4. Razones para invertir en BI
- 12.10. Herramientas de BI
 - 12.10.1. Selección de herramientas
 - 12.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy, Tableau
 - 12.10.3. SAP BI, SAS BI, QlikView
 - 12.10.4. Prometheus

- 12.11. Proyectos de *BI*
 - 12.11.1. Inicio de proyectos *BI*
 - 12.11.2. Soluciones *BI* empresariales
 - 12.11.3. Requisitos y objetivos
- 12.12. Gestión corporativa
 - 12.12.1. Modelos de negocio tecnológicos
 - 12.12.2. Capacidades innovadoras
 - 12.12.3. Rediseño de procesos
- 12.13. Transformación digital
 - 12.13.1. Plan estratégico de *eCommerce*
 - 12.13.2. Logística y atención al cliente digital
 - 12.13.3. *eCommerce* para internacionalización
- 12.14. Tendencias tecnológicas
 - 12.14.1. Estrategias en *social media*
 - 12.14.2. Optimización de canales de servicio
 - 12.14.3. Regulación digital
- 12.15. *Outsourcing* de *TI*
 - 12.15.1. *Mobile eCommerce*
 - 12.15.2. Diseño y usabilidad
 - 12.15.3. Operaciones de comercio electrónico

Módulo 13. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 13.1. Investigación de mercados
 - 13.1.1. Dirección de ventas
 - 13.1.2. Estrategia comercial
 - 13.1.3. Técnicas de venta y negociación
 - 13.1.4. Dirección de equipos comerciales
- 13.2. Investigación cuantitativa
 - 13.2.1. Variables y escalas
 - 13.2.2. Fuentes de información
 - 13.2.3. Técnicas de muestreo
 - 13.2.4. Análisis de datos
- 13.3. Investigación cualitativa
 - 13.3.1. *Focus Group*
 - 13.3.2. Técnicas antropológicas
 - 13.3.3. Técnicas indirectas
 - 13.3.4. *Two - Way Mirror* y método *Delphi*
- 13.4. Segmentación de mercados
 - 13.4.1. Conceptos básicos
 - 13.4.2. Requisitos de segmentación
 - 13.4.3. Tipologías de mercado
 - 13.4.4. Análisis de demanda
 - 13.4.5. Criterios de segmentación
 - 13.4.6. Definición de público objetivo
- 13.5. Gestión de proyectos
 - 13.5.1. Herramientas analíticas
 - 13.5.2. Planificación de expectativas
 - 13.5.3. Evaluación de viabilidad
- 13.6. Investigación internacional
 - 13.6.1. Fundamentos
 - 13.6.2. Proceso metodológico
 - 13.6.3. Importancia de fuentes secundarias
- 13.7. Estudios de viabilidad
 - 13.7.1. Comportamientos de compra
 - 13.7.2. Análisis competitivo
 - 13.7.3. Potencial de mercado
 - 13.7.4. Intención de compra
 - 13.7.5. Resultados de viabilidad
- 13.8. Publicidad
 - 13.8.1. *Marketing* empresarial
 - 13.8.2. Variables de *marketing*
 - 13.8.3. Plan de *marketing*
- 13.9. Plan de *marketing*
 - 13.9.1. Análisis y diagnóstico
 - 13.9.2. Decisiones estratégicas
 - 13.9.3. Decisiones operativas

- 13.10. Promoción y *merchandising*
 - 13.10.1. Gestión publicitaria
 - 13.10.2. Plan de comunicación
 - 13.10.3. *Merchandising* como técnica
 - 13.10.4. *Visual Merchandising*
- 13.11. Planificación de medios
 - 13.11.1. Fuentes de innovación
 - 13.11.2. Tendencias en *marketing*
 - 13.11.3. Herramientas de *marketing*
 - 13.11.4. Estrategias de comunicación
- 13.12. Dirección comercial
 - 13.12.1. Análisis DAFO
 - 13.12.2. Análisis sectorial
 - 13.12.3. Modelo Canvas
- 13.13. Negociación comercial
- 13.14. Toma de decisiones
- 13.15. Gestión de redes de ventas
- 13.16. Implementación comercial
- 13.17. *Key Account Management*
- 13.18. Gestión financiera

Módulo 14. Management Directivo

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Conceptos fundamentales
 - 14.1.2. Acción directiva
 - 14.1.3. Funciones del director general
 - 14.1.4. Transformación directiva
- 14.2. Management directivo
 - 14.2.1. Integración estratégica
 - 14.2.2. Desarrollo de procesos
 - 14.2.3. Políticas de gestión
 - 14.2.4. Society and Enterprise
 - 14.2.5. Knowledge Management
- 14.3. Gestión de personas
 - 14.3.1. Calidad de vida laboral
 - 14.3.2. Equipos y reuniones
 - 14.3.3. Coaching de equipos
 - 14.3.4. Igualdad y diversidad
- 14.4. Oratoria y portavocía
 - 14.4.1. Comunicación interpersonal
 - 14.4.2. Habilidades comunicativas
 - 14.4.3. Barreras comunicacionales
- 14.5. Comunicación organizacional
 - 14.5.1. Objetivos comunicacionales
 - 14.5.2. Aplicación de habilidades
 - 14.5.3. Comunicación empresarial
 - 14.5.4. Herramientas comunicativas
 - 14.5.5. Plan de comunicación corporativa
 - 14.5.6. Departamento de comunicación
 - 14.5.7. Comunicación interna
 - 14.5.8. Comunicación externa
 - 14.5.9. Comunicación 2.0
 - 14.5.10. Gestión de crisis
- 14.6. Liderazgo directivo
 - 14.6.1. Conceptos de desarrollo
 - 14.6.2. Fundamentos de liderazgo
 - 14.6.3. Teorías de liderazgo
 - 14.6.4. Estilos de liderazgo
 - 14.6.5. Inteligencia en liderazgo
 - 14.6.6. Desafíos contemporáneos
- 14.7. Liderazgo 2.0
 - 14.7.1. Estilos de liderazgo
 - 14.7.2. Motivación
 - 14.7.3. Inteligencia emocional
 - 14.7.4. Habilidades del líder digital
 - 14.7.5. Reuniones efectivas

- 14.8. Resolución de problemas
 - 14.8.1. Metodologías de solución
 - 14.8.2. Método del caso
 - 14.8.3. Toma de decisiones
- 14.9. Gestión de conflictos
 - 14.9.1. Técnicas de negociación
 - 14.9.2. Conflictos interpersonales
 - 14.9.3. Negociación intercultural
- 14.10. Gestión del tiempo
 - 14.10.1. Planificación y organización
 - 14.10.2. Metodologías temporales
 - 14.10.3. Planes de acción
 - 14.10.4. Herramientas de productividad

Módulo 15. Tecnología aplicada al Real Estate

- 15.1. Nuevas tecnologías: PropTech
 - 15.1.1. Introducción
 - 15.1.2. El proceso del cambio: Internet y el posicionamiento SEO
 - 15.1.3. El proceso del cambio: *Blockchain* e Inteligencia Artificial
 - 15.1.4. Herramientas para la transformación digital
- 15.2. Redes sociales
 - 15.2.1. Definición
 - 15.2.2. Aspectos particulares
 - 15.2.3. Usos aplicados al Real Estate
 - 15.2.4. Principales operadores del mercado
- 15.3. *Big Data*
 - 15.3.1. Definición
 - 15.3.2. Aspectos particulares
 - 15.3.3. Usos aplicados al Real Estate
 - 15.3.4. Principales operadores del mercado
- 15.4. *Marketplace*
 - 15.4.1. Definición
 - 15.4.2. Aspectos particulares
 - 15.4.3. Usos aplicados al *Real Estate*
 - 15.4.4. Principales operadores del mercado
- 15.5. MLS
 - 15.5.1. Definición
 - 15.5.2. Aspectos particulares
 - 15.5.3. Usos aplicados al *Real Estate*
 - 15.5.4. Principales operadores del mercado
- 15.6. CRM
 - 15.6.1. Definición
 - 15.6.2. Aspectos particulares
 - 15.6.3. Usos aplicados al *Real Estate*
 - 15.6.4. Principales operadores del mercado
- 15.7. *Crowdfunding*
 - 15.7.1. Definición
 - 15.7.2. Aspectos particulares
 - 15.7.3. Usos aplicados al *Real Estate*
 - 15.7.4. Principales operadores del mercado
- 15.8. Fintech
 - 15.8.1. Definición
 - 15.8.2. Aspectos particulares
 - 15.8.3. Usos aplicados al *Real Estate*
 - 15.8.4. Principales operadores del mercado
- 15.9. Inteligencia Artificial y Realidad Virtual
 - 15.9.1. Definición
 - 15.9.2. Aspectos particulares
 - 15.9.3. Usos aplicados al *Real Estate*
 - 15.9.4. Principales operadores del mercado



15.10. Procesos automáticos: *Chatbot*

- 15.10.1. Definición
- 15.10.2. Aspectos particulares
- 15.10.3. Usos aplicados al *Real Estate*
- 15.10.4. Principales operadores del mercado

Módulo 16. Derecho Inmobiliario Internacional y fiscalidad en operaciones inmobiliarias

- 16.1. Introducción al Derecho Inmobiliario común
 - 16.1.1. Aspectos generales del Derecho Inmobiliario común
 - 16.1.2. Seguridad registral
 - 16.1.3. Características del derecho inmobiliario común
 - 16.1.4. Derecho Inmobiliario Internacional
- 16.2. Derechos reales comunes
 - 16.2.1. Definición y concepto
 - 16.2.2. Derecho de propiedad común
 - 16.2.3. Usufructo
 - 16.2.4. Servidumbre y limitaciones de dominio
- 16.3. La finca y la inmatriculación
 - 16.3.1. Definición y conceptos básicos
 - 16.3.2. Tipos y descripción de fincas
 - 16.3.3. Relación entre catastro y registro
 - 16.3.4. Inmatriculación
 - 16.3.5. Expediente de dominio
- 16.4. Registro de la propiedad
 - 16.4.1. Aspectos generales del Registro
 - 16.4.2. El titular registral
 - 16.4.3. Asientos registrales
 - 16.4.4. Publicidad registral

- 16.5. Procedimiento registral
 - 16.5.1. El asiento de presentación
 - 16.5.2. La calificación registral
 - 16.5.3. La inscripción en el Registro de la Propiedad
 - 16.5.4. Anotaciones preventivas
 - 16.5.5. Otros asientos registrales
- 16.6. La propiedad horizontal
 - 16.6.1. Definición y aspectos básicos
 - 16.6.2. Constitución
 - 16.6.3. Extinción
 - 16.6.4. Figuras análogas
- 16.7. Derechos reales de garantía común: La hipoteca
 - 16.7.1. Derechos reales de garantía común
 - 16.7.2. La hipoteca inmobiliaria
 - 16.7.3. El objeto y la obligación de la hipoteca
 - 16.7.4. La extinción de la hipoteca
- 16.8. Introducción a la fiscalidad inmobiliaria común
 - 16.8.1. Definición y concepto
 - 16.8.2. Aspectos generales en la fiscalidad inmobiliaria común
 - 16.8.3. Obligaciones y derechos comunes de los sujetos intervenientes
 - 16.8.4. Tributos y obligaciones tributarias
- 16.9. Impuesto sobre el Valor Añadido
 - 16.9.1. Definición y concepto
 - 16.9.2. Hechos imponibles
 - 16.9.3. Exenciones y deducciones
 - 16.9.4. Adquisiciones internacionales
 - 16.9.5. Bases imponibles
- 16.10. Otros impuestos
 - 16.10.1. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados
 - 16.10.2. Impuesto sobre el patrimonio
 - 16.10.3. Impuesto sobre sucesiones y donaciones
 - 16.10.4. Otros impuestos comunes

Módulo 17. Tasaciones y valoraciones inmobiliarias

- 17.1. Introducción a la valoración inmobiliaria
 - 17.1.1. Conceptos generales
 - 17.1.2. Definición de conceptos
 - 17.1.3. Objeto de las tasaciones inmobiliarias
 - 17.1.4. Objetivos y función de las valoraciones inmobiliarias
- 17.2. Conceptos sobre construcciones urbanas
 - 17.2.1. Uso de edificaciones
 - 17.2.2. Elementos de edificación
 - 17.2.3. Concepto de edificabilidad
 - 17.2.4. Tipos de superficies a efectos de valoración
- 17.3. El valor
 - 17.3.1. Definición y aspectos generales
 - 17.3.2. Valor de uso, valor de cambio
 - 17.3.3. Valor de mercado, precio, coste
 - 17.3.4. Otros conceptos de valor
- 17.4. Normativa internacional de valoración
 - 17.4.1. Criterios de valoración
 - 17.4.2. NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera)
 - 17.4.3. US GAAP (Principios de contabilidad generalmente aceptados de EEUU)
 - 17.4.4. ASBJ (Junta de Normas Contables de Japón)
 - 17.4.5. Diferencia entre los marcos reguladores internacionales
- 17.5. Fundamentos y estructura de la valoración
 - 17.5.1. Fundamentos de la valoración
 - 17.5.2. Tipologías de valoración
 - 17.5.3. Métodos de valoración
 - 17.5.4. Estructura de la valoración
- 17.6. Método comparativo
 - 17.6.1. Definición y aspectos generales
 - 17.6.2. Estudio de mercado
 - 17.6.3. Análisis de información y determinación del valor
 - 17.6.4. Homogeneización de muestras

- 17.7. Método de coste
 - 17.7.1. Definición y aspectos generales
 - 17.7.2. Finalidad y ámbito de aplicación
 - 17.7.3. Valor de reposición
 - 17.7.4. Depreciación
- 17.8. Método residual y de capitalización
 - 17.8.1. Definición y aspectos generales
 - 17.8.2. Valor unitario y valor de repercusión
 - 17.8.3. Técnicas de capitalización
 - 17.8.4. Componentes de la valoración de un inmueble en renta
- 17.9. El informe de valoración
 - 17.9.1. Definición y características
 - 17.9.2. Aspectos formales del informe
 - 17.9.3. Estructura del informe de valoración
 - 17.9.4. Responsabilidad del tasador
- 17.10. Perito judicial
 - 17.10.1. Definición y ámbitos de aplicación
 - 17.10.2. Reconocimiento pericial
 - 17.10.3. Tipos de informes periciales
 - 17.10.4. Estructura y elaboración del informe pericial

Módulo 18. Promoción inmobiliaria: Construcción y reformas

- 18.1. Planificación
 - 18.1.1. Obra nueva
 - 18.1.2. Reformas
 - 18.1.3. Normativa y trámites previos
 - 18.1.4. Documentación
- 18.2. Diseño
 - 18.2.1. Obra nueva
 - 18.2.2. Reformas
 - 18.2.3. Proyecto
 - 18.2.4. Planimetría
- 18.3. Cimentaciones
 - 18.3.1. Superficiales
 - 18.3.2. Profundas
 - 18.3.3. Contención de tierras
 - 18.3.4. Controles de calidad y normativa
- 18.4. Estructura
 - 18.4.1. Elementos estructurales
 - 18.4.2. Obra nueva
 - 18.4.3. Reformas
 - 18.4.4. Controles de calidad y normativa
- 18.5. Técnicas de construcción
 - 18.5.1. Materiales y características
 - 18.5.2. Sistemas constructivos tradicionales
 - 18.5.3. Sistemas constructivos prefabricados
 - 18.5.4. Detalles y acabados
- 18.6. Instalaciones
 - 18.6.1. Accesibilidad y protección contra incendios
 - 18.6.2. Ventilación y climatización
 - 18.6.3. Suministro de agua
 - 18.6.4. Saneamiento
 - 18.6.5. Normativa
- 18.7. Mediciones y presupuestos
 - 18.7.1. Conceptos básicos
 - 18.7.2. Planificación
 - 18.7.3. Realización
 - 18.7.4. Variaciones
- 18.8. Ejecución de obra
 - 18.8.1. Planificación
 - 18.8.2. Desarrollo
 - 18.8.3. Documentación
 - 18.8.4. Control de la obra

- 18.9. Control de obra
 - 18.9.1. Agentes
 - 18.9.2. Desarrollo
 - 18.9.3. Documentación
 - 18.9.4. Certificación

- 18.10. Responsabilidades

- 18.10.1. Agentes
 - 18.10.2. Legales penales
 - 18.10.3. Legales civiles
 - 18.10.4. Morales

Módulo 19. Importancia del producto final: Diseño de interiores y *Home Staging*

- 19.1. Introducción

- 19.1.1. El diseño de interiores: un poco de historia
 - 19.1.2. Materiales aplicados en interiores
 - 19.1.3. Sistemas aplicados en interiores
 - 19.1.4. Sostenibilidad en el diseño de interiores

- 19.2. Estudio del producto de origen

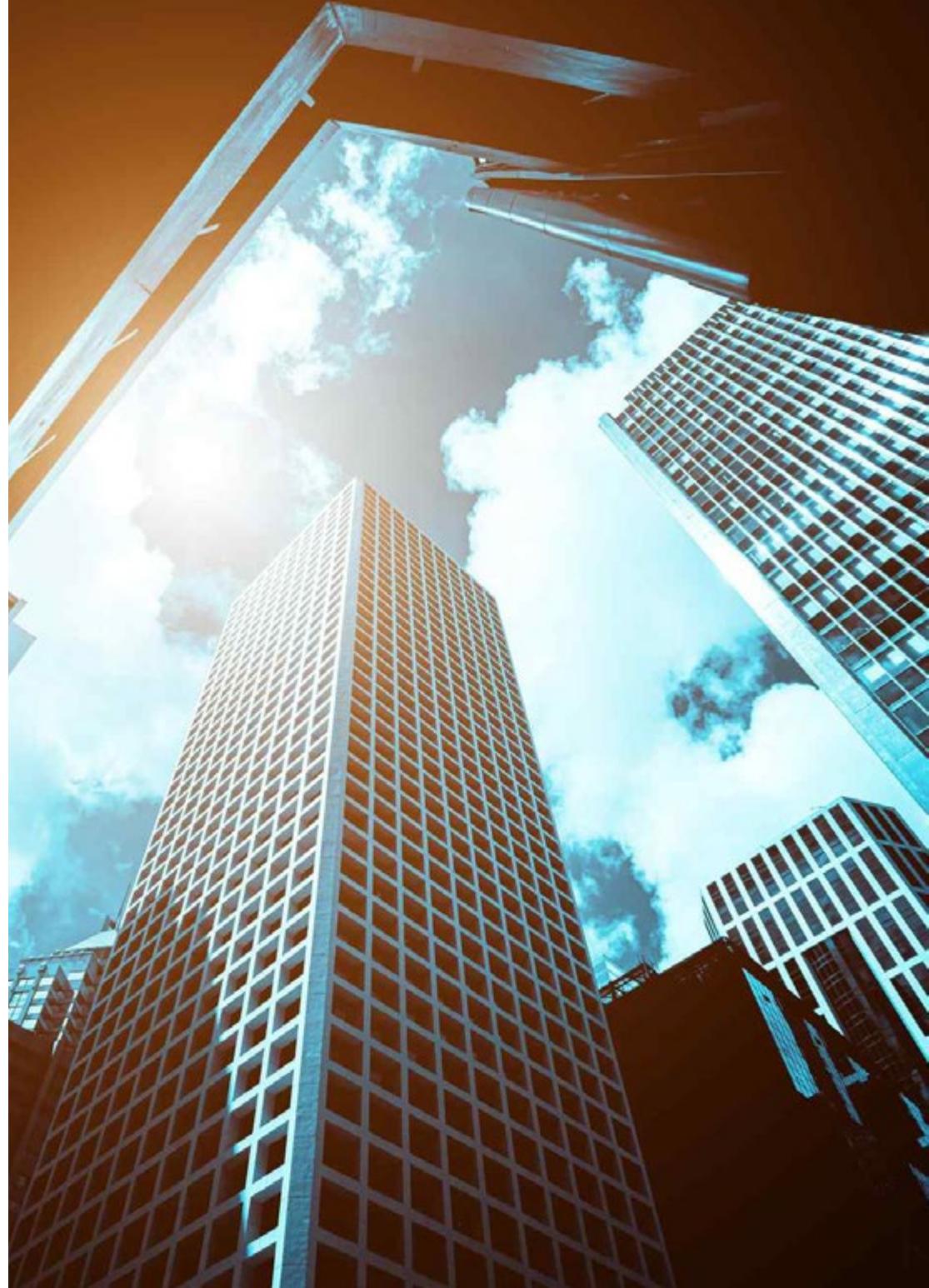
- 19.2.1. Definición y concepto
 - 19.2.2. Pautas a tener en cuenta
 - 19.2.3. Estructura del estudio
 - 19.2.4. Definición de objetivos

- 19.3. Estudio del comprador final

- 19.3.1. Definición y concepto
 - 19.3.2. Pautas a tener en cuenta
 - 19.3.3. Estructura del estudio
 - 19.3.4. Definición de objetivos

- 19.4. Metodología y herramientas

- 19.4.1. Programas y aplicaciones utilizados en el diseño
 - 19.4.2. Iluminación
 - 19.4.3. Diseño aplicado en mobiliario
 - 19.4.4. Diseño aplicado en elementos constructivos



- 19.5. Obra y Rehabilitación
 - 19.5.1. Definición y concepto
 - 19.5.2. Estudios previos
 - 19.5.3. Elección de presupuesto
 - 19.5.4. Ejecución de la reforma
 - 19.6. Diseño del nuevo espacio
 - 19.6.1. Diseño para habitar
 - 19.6.2. Relación entre espacios y personas
 - 19.6.3. Fundamentos antropológicos
 - 19.6.4. Fundamentos psicológicos del diseño: el diseño biofílico
 - 19.6.5. Distribución del espacio
 - 19.6.6. Distribución del mobiliario
 - 19.6.7. Iluminación
 - 19.7. Decoración/Interiorismo emocional
 - 19.7.1. Tendencias
 - 19.7.2. Estilos decorativos
 - 19.7.3. Color y textura
 - 19.7.4. Materiales
 - 19.8. *Home Staging*
 - 19.8.1. Asesoría
 - 19.8.2. *Home Staging Físico*
 - 19.8.3. *Home Staging Virtual*
 - 19.8.4. *Home Staging Express*
 - 19.9. Presentación del producto
 - 19.9.1. Consideraciones generales
 - 19.9.2. Preparación del inmueble
 - 19.9.3. Fotografías del activo
 - 19.9.4. *Dossier de venta*
 - 19.10. Estrategia de venta del producto final
 - 19.10.1. Consideraciones generales
 - 19.10.2. Herramientas de publicidad
 - 19.10.3. Plan de Marketing
 - 19.10.4. Estrategias de venta
- Módulo 20. Derecho urbanístico**
- 20.1. Introducción al derecho urbanístico común
 - 20.1.1. Concepto
 - 20.1.2. Consideraciones generales
 - 20.1.3. Actividad urbanística
 - 20.1.4. Agentes intervinientes
 - 20.2. Instrumentos de intervención en el mercado del suelo
 - 20.2.1. Los Patrimonios Públicos del Suelo
 - 20.2.2. El derecho de superficie común
 - 20.2.3. Derecho de tanteo común
 - 20.2.4. Derecho de retracto común
 - 20.3. Protección de la legalidad urbanística común
 - 20.3.1. Actos edificatorios irregulares
 - 20.3.2. Cédulas de habitabilidad
 - 20.3.3. Los servicios de inspección urbanística
 - 20.3.4. Medios de defensa de los particulares
 - 20.3.5. Régimen sancionador: Infracciones y sanciones urbanísticas
 - 20.4. Régimen sancionador
 - 20.4.1. Derecho urbanístico sancionador. Principios inspiradores
 - 20.4.2. Las infracciones urbanísticas
 - 20.4.3. Personas responsables de las infracciones urbanísticas
 - 20.4.4. Las sanciones urbanísticas
 - 20.4.5. Procedimiento sancionador
 - 20.4.6. Delitos contra la ordenación del territorio

- 20.5. Intervención administrativa en la edificación y uso del suelo común
 - 20.5.1. Las licencias urbanísticas: concepto y naturaleza
 - 20.5.2. Actos sujetos a licencia urbanística y sujetos obligados
 - 20.5.3. Clases de licencias urbanísticas
 - 20.5.4. Licencias de obra o edificación según la clase de suelo
 - 20.5.5. Procedimiento de otorgamiento de licencias
 - 20.5.6. Efectos y extinción de la licencia
 - 20.5.7. Revisión jurisdiccional
 - 20.5.8. El deber de conservación
 - 20.5.9. Órdenes de ejecución
 - 20.5.10. La declaración de ruina
- 20.6. Suelo urbanístico
 - 20.6.1. Definición
 - 20.6.2. Suelo urbano
 - 20.6.3. Suelo rústico
 - 20.6.4. Suelo urbanizable
- 20.7. Estatuto urbanístico de la propiedad del suelo
 - 20.7.1. Legislación aplicable en materia del estatuto urbanístico de la propiedad del suelo común
 - 20.7.2. Clasificación y calificación del suelo
 - 20.7.3. Régimen urbanístico del suelo
 - 20.7.4. Los derechos urbanísticos comunes
 - 20.7.5. Los deberes urbanísticos comunes
- 20.8. Acceso al Registro de la Propiedad de las actuaciones urbanísticas
 - 20.8.1. Introducción
 - 20.8.2. Actos inscribibles
 - 20.8.3. Los proyectos de reparcelación
 - 20.8.4. Las expropiaciones urbanísticas
 - 20.8.5. Cesiones de terrenos en obras nuevas
 - 20.8.6. Actos de parcelación
 - 20.8.7. Transmisiones sometidas a derechos de tanteo y retracto común





- 20.9. Convenios urbanísticos
 - 20.9.1. Aspectos generales de los convenios urbanísticos
 - 20.9.2. Convenios urbanísticos de planeamiento
 - 20.9.3. Convenios urbanísticos de ejecución
 - 20.9.4. Convenios urbanísticos de expropiación
 - 20.9.5. Convenios urbanísticos entre Administraciones Públicas
 - 20.9.6. Impugnación de los convenios urbanísticos
 - 20.9.7. Aspectos registrales
- 20.10. Ordenación del territorio en ámbito medioambiental
 - 20.10.1. Corrección de los desequilibrios territoriales
 - 20.10.2. Eficacia y eficiencia en las políticas públicas. Cohesión económica y social
 - 20.10.3. Preservación de los espacios y recursos naturales y patrimoniales
 - 20.10.4. Relación del campo y la ciudad

“

Avanzarás de forma progresiva y completa en un programa universitario 100% online, accesible desde cualquier dispositivo con conexión a Internet”

04

Objetivos docentes

El principal objetivo de este Grand Master es ofrecer a los profesionales una especialización integral y actualizada en la gestión de empresas inmobiliarias, que les permita desenvolverse con éxito en un mercado altamente competitivo. De esta manera, los egresados adquirirán competencias avanzadas en estrategias de inversión, desarrollo de proyectos, normativa sectorial y gestión eficiente de recursos, garantizando una dirección efectiva y sostenible de las organizaciones inmobiliarias.



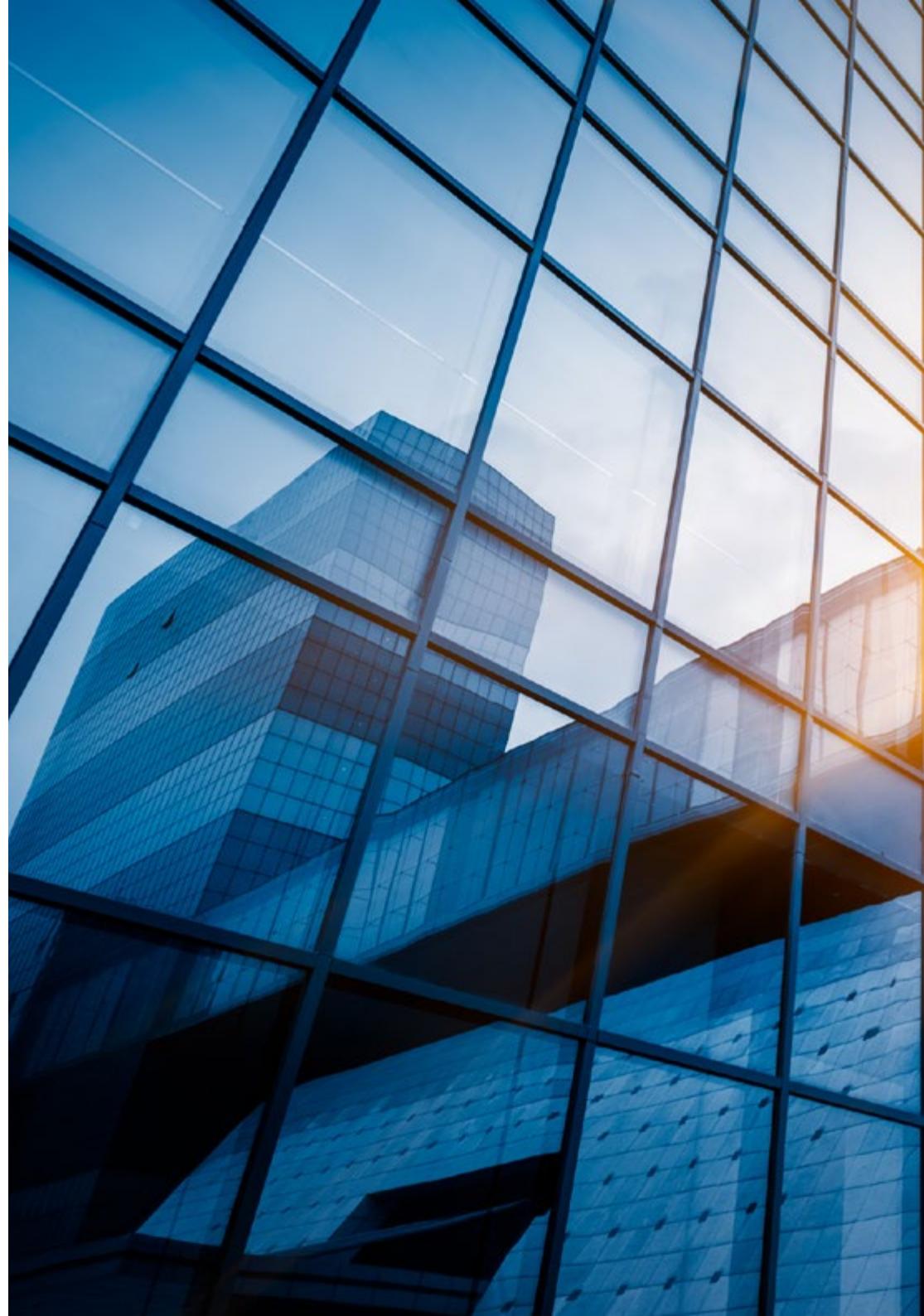
66

Serás capaz de identificar, evaluar y mitigar riesgos asociados a Proyectos Inmobiliarios, asegurando el éxito de las iniciativas empresariales”



Objetivos generales

- Desarrollar habilidades para gestionar empresas del sector inmobiliario con enfoque estratégico
- Implementar modelos de negocio innovadores en el mercado inmobiliario
- Optimizar la gestión de propiedades y carteras inmobiliarias
- Desarrollar competencias en la valoración y tasación de bienes inmuebles
- Aplicar estrategias de marketing inmobiliario para aumentar la visibilidad y ventas
- Gestionar el desarrollo y la inversión en proyectos inmobiliarios de gran escala
- Desarrollar estrategias para la gestión eficiente de riesgos en el sector inmobiliario
- Establecer planes de internacionalización para empresas del sector inmobiliario
- Mejorar la rentabilidad mediante la gestión adecuada de activos inmobiliarios
- Analizar el comportamiento del mercado inmobiliario y adaptar la oferta a las demandas
- Gestionar la financiación y estructuración de proyectos inmobiliarios
- Desarrollar políticas de sostenibilidad en la construcción y gestión de propiedades
- Aplicar tecnologías avanzadas para mejorar la gestión y comercialización inmobiliaria
- Establecer alianzas estratégicas con inversores y actores clave del sector inmobiliario
- Optimizar la gestión de la relación con clientes y proveedores del sector inmobiliario
- Gestionar el cumplimiento de normativas legales y fiscales en el ámbito inmobiliario
- Desarrollar competencias en la negociación de contratos y acuerdos inmobiliarios
- Mejorar la eficiencia operativa mediante la implementación de nuevas tecnologías en la gestión inmobiliaria
- Desarrollar estrategias de urbanismo y planificación territorial en proyectos inmobiliarios
- Fomentar la innovación en el diseño y la construcción de proyectos inmobiliarios sostenibles





Objetivos específicos

Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- Aplicar principios de liderazgo ético en la gestión de empresas
- Desarrollar estrategias de Responsabilidad Social Corporativa en industrias creativas

Módulo 2. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- Proporcionar las herramientas necesarias para desarrollar e implementar estrategias comerciales efectivas que optimicen la rentabilidad de la empresa
- Capacitar en la creación de planes de marketing a largo plazo alineados con los objetivos corporativos, analizando el entorno y las necesidades del mercado

Módulo 3. Dirección estratégica y *Management Directivo*

- Desarrollar capacidades para diseñar, formular e implementar estrategias corporativas alineadas con la visión y objetivos de la organización
- Aplicar herramientas de dirección estratégica y *management* para impulsar la competitividad, sostenibilidad y crecimiento empresarial

Módulo 4. Dirección de personas y gestión del talento

- Implementar estrategias de gestión del talento y liderazgo en industrias creativas
- Desarrollar habilidades de negociación y resolución de conflictos en equipos de trabajo

Módulo 5. Gestión del factor humano

- Desarrollar habilidades en la gestión de equipos dentro del sector inmobiliario, incluyendo la contratación y motivación del personal clave para el éxito de proyectos inmobiliarios
- Capacitar a los alumnos para gestionar conflictos laborales y mejorar la comunicación dentro de los equipos de trabajo, garantizando la eficiencia en el desarrollo de proyectos

Módulo 6. Dirección económico-financiera

- ◆ Aplicar estrategias de gestión de costos, presupuestos y control financiero
- ◆ Evaluar oportunidades de inversión y financiación para proyectos creativos

Módulo 7. Inversiones inmobiliarias: Análisis financiero y gestión de patrimonio

- ◆ Enfocar a los alumnos en el análisis financiero de proyectos inmobiliarios, desarrollar habilidades para evaluar la rentabilidad de diferentes tipos de inversión
- ◆ Capacitar a los alumnos para gestionar un portafolio de inversiones inmobiliarias, optimizando el rendimiento de los activos a través de estrategias financieras adecuadas

Módulo 8. Dirección de operaciones y logística

- ◆ Desarrollar habilidades para dirigir y optimizar operaciones, producción, inventarios y logística en entornos organizacionales complejos
- ◆ Aplicar enfoques integrales de gestión de la cadena de suministro para mejorar la eficiencia, calidad y competitividad empresarial

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- ◆ Capacitar en la creación y gestión de procesos innovadores que promuevan la competitividad y sostenibilidad organizacional
- ◆ Aplicar enfoques ágiles, como Scrum y Lean, en la gestión de proyectos, promoviendo la flexibilidad y eficiencia en la entrega de resultados

Módulo 10. Gestión de operaciones inmobiliarias: Arrendamiento

- ◆ Proporcionar a los alumnos las herramientas necesarias para gestionar de manera eficiente los contratos de arrendamiento, maximizando los beneficios de las partes involucradas
- ◆ Enseñar estrategias para la optimización de la rentabilidad en la gestión de arrendamientos, considerando factores clave como la localización, la oferta y demanda del mercado, y la rentabilidad a largo plazo

Módulo 11. Gestión de operaciones inmobiliarias: La compraventa

- ◆ Enfocar a los alumnos en la gestión de transacciones de compraventa inmobiliaria, desde la negociación hasta la ejecución de los contratos, para garantizar la transparencia y legalidad de las operaciones
- ◆ Desarrollar habilidades para la valoración de riesgos y oportunidades en transacciones de compraventa, fomentando la toma de decisiones estratégicas basadas en datos precisos del mercado

Módulo 12. Dirección de sistemas de información

- ◆ Administrar sistemas de información que optimicen los procesos operacionales y estratégicos de la organización
- ◆ Utilizar sistemas de información para facilitar la toma de decisiones empresariales informadas y basadas en datos, mejorando la eficiencia organizacional

Módulo 13. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- ◆ Capacitar para analizar tendencias del mercado, segmentación de consumidores y competidores, para apoyar la toma de decisiones comerciales estratégicas
- ◆ Diseñar y ejecutar campañas publicitarias efectivas que mejoren la visibilidad de la marca y el posicionamiento en el mercado

Módulo 14. Management Directivo

- ◆ Tomar decisiones basadas en análisis de datos y evaluación de riesgos, considerando tanto el corto como el largo plazo para el beneficio de la organización
- ◆ Desarrollar una comprensión amplia de las dinámicas empresariales globales y enseñar a aplicar estrategias directivas que aseguren la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la organización

Módulo 15. Tecnología aplicada al Real Estate

- Proporcionar a los alumnos conocimientos sobre las últimas innovaciones tecnológicas en el sector inmobiliario, incluyendo software especializado y herramientas digitales para la gestión de propiedades
- Capacitar a los alumnos para implementar tecnologías como *Big Data*, *IA* y *BIM* (*Building Information Modeling*) en la optimización de procesos y la toma de decisiones en proyectos inmobiliarios

Módulo 16. Derecho Inmobiliario Internacional y fiscalidad en operaciones inmobiliarias

- Proporcionar a los alumnos el conocimiento práctico de la normativa jurídica internacional aplicable a las transacciones inmobiliarias para asegurar el cumplimiento de las leyes en múltiples jurisdicciones
- Analizar las implicaciones fiscales en las operaciones inmobiliarias, capacitando a los alumnos para optimizar la fiscalidad en inversiones y transacciones internacionales

Módulo 17. Tasaciones y valoraciones inmobiliarias

- Desarrollar competencias en la metodología de tasación y valoración inmobiliaria, permitiendo a los alumnos evaluar de manera precisa propiedades y proyectos inmobiliarios
- Capacitar a los alumnos en la interpretación y análisis de informes de valoración para la toma de decisiones informadas en inversiones y transacciones inmobiliarias

Módulo 18. Promoción inmobiliaria: Construcción y reformas

- Proporcionar a los alumnos los conocimientos fundamentales para la gestión de proyectos de promoción inmobiliaria, incluyendo la planificación y ejecución de obras de construcción y reformas
- Capacitar en la gestión de recursos y tiempos durante el desarrollo de proyectos inmobiliarios, asegurando que los plazos de entrega y los presupuestos sean respetados

Módulo 19. Importancia del producto final: Diseño de interiores y Home Staging

- Enseñar a los alumnos los principios fundamentales del diseño de interiores para mejorar la percepción y el valor de una propiedad en el mercado inmobiliario
- Capacitar a los alumnos en las técnicas de *home staging*, ayudándoles a maximizar la atractividad de una propiedad para posibles compradores o arrendatarios

Módulo 20. Derecho urbanístico

- Proporcionar a los alumnos un entendimiento profundo de la normativa urbanística que afecta al desarrollo y la utilización del suelo, para asegurar el cumplimiento de las leyes en proyectos inmobiliarios
- Capacitar a los alumnos en la identificación y resolución de conflictos legales relacionados con la planificación urbana y el uso del suelo, con el fin de garantizar el éxito de las operaciones inmobiliarias



Accederás a contenido actualizado 24/7 con flexibilidad total para avanzar hacia el éxito en la Alta Dirección del Sector Inmobiliario. ¿Qué esperas para inscribirte?"

05

Salidas profesionales

Tras concluir este Grand Master, los profesionales dominarán las estrategias más efectivas para gestionar y dirigir proyectos inmobiliarios complejos. Asimismo, los egresados estarán capacitados para diseñar e implementar planes estratégicos que optimicen la inversión y el desarrollo de propiedades. De este modo, los expertos ampliarán sus perspectivas profesionales y podrán asumir roles especializados, como gerente de proyectos inmobiliarios.



66

Gestionarás el desarrollo de nuevos proyectos inmobiliarios, desde la adquisición de terrenos hasta la finalización de las construcciones”

Perfil del egresado

El egresado de este plan de estudios es un profesional con una sólida preparación para gestionar y dirigir proyectos inmobiliarios complejos. Asimismo, dispone de un profundo conocimiento en estrategias de inversión, desarrollo de propiedades y normativa sectorial. Está capacitado para diseñar e implementar planes estratégicos adaptados, colaborar con equipos multidisciplinarios y actuar como mediador entre inversores, clientes y entidades reguladoras, impulsando un desarrollo inmobiliario rentable y sostenible.

*Supervisarás las operaciones diarias
de una empresa del ámbito Inmobiliario,
garantizando su eficiencia.*

- **Gestión Estratégica de Proyectos Inmobiliarios:** los profesionales desarrollan habilidades para planificar, ejecutar y supervisar proyectos inmobiliarios complejos, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos, plazos y presupuestos establecidos
- **Análisis de Mercado Inmobiliario:** una competencia crucial es la capacidad para investigar y analizar las tendencias del mercado inmobiliario, identificando oportunidades de inversión y evaluando la viabilidad de nuevos desarrollos
- **Comunicación Efectiva y Negociación:** los egresados adquieren habilidades para comunicar de manera clara y persuasiva con diferentes stakeholders, incluyendo clientes, inversores y socios estratégicos, así como para negociar acuerdos beneficiosos que favorezcan a la organización
- **Gestión Financiera y Presupuestaria:** en el contexto actual, es fundamental que los profesionales manejen herramientas financieras avanzadas para la administración de presupuestos, análisis de costos y optimización de recursos, garantizando la sostenibilidad económica de los proyectos inmobiliarios



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

- 1. Director de Gestión Inmobiliaria:** gestor de proyectos inmobiliarios, supervisando todas las fases desde la planificación hasta la ejecución y el cierre, asegurando el cumplimiento de los objetivos de tiempo, costo y calidad.
- 2. Asesor de Inversiones Inmobiliarias:** consultor estratégico en inversiones dentro del sector inmobiliario, analizando mercados, tendencias y oportunidades de desarrollo para maximizar el retorno de la inversión.
- 3. Gerente de Desarrollo de Proyectos Inmobiliarios:** coordinador del desarrollo de nuevos proyectos inmobiliarios, desde la adquisición de terrenos hasta la finalización de las construcciones.
- 4. Especialista en Marketing Inmobiliario:** diseñador de estrategias de marketing para promocionar propiedades y desarrollos inmobiliarios, aumentando su visibilidad y atractivo en el mercado mediante campañas efectivas y el uso de tecnologías digitales.
- 5. Analista de Mercado Inmobiliario:** encargado de investigar y analizar las tendencias del mercado inmobiliario, proporcionando *insights* y datos precisos que faciliten la toma de decisiones estratégicas en proyectos y operaciones empresariales.
- 6. Coordinador de Ventas Inmobiliarias:** supervisor y gestor de los equipos de ventas, desarrollando estrategias para alcanzar los objetivos de ventas y maximizar el rendimiento comercial de las propiedades y desarrollos inmobiliarios.
- 7. Consultor en Sostenibilidad Inmobiliaria:** responsable de integrar prácticas sostenibles en proyectos inmobiliarios, promoviendo el desarrollo responsable y el cumplimiento de normativas ambientales para mejorar la eficiencia y el impacto social de las inversiones inmobiliarias.

8. Director de Operaciones Inmobiliarias: supervisor de las operaciones diarias de una empresa del sector inmobiliario, asegurando la eficiencia y efectividad en la gestión de propiedades, alquileres y mantenimiento, optimizando los procesos operativos.

9. Gerente de Alianzas Estratégicas: gestor de alianzas con socios clave, incluyendo desarrolladores, inversores y entidades financieras, para impulsar el crecimiento y la expansión de la empresa inmobiliaria mediante colaboraciones estratégicas.

10. Administrador de Propiedades: coordinador de la gestión integral de propiedades residenciales y comerciales, incluyendo el mantenimiento, la administración de contratos de arrendamiento y la atención a los inquilinos, asegurando la rentabilidad y el buen estado de las propiedades.



Utilizarás las técnicas más sofisticadas para promover propiedades y atraer a potenciales compradores e inversores"

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 intensivo 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 vano, 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

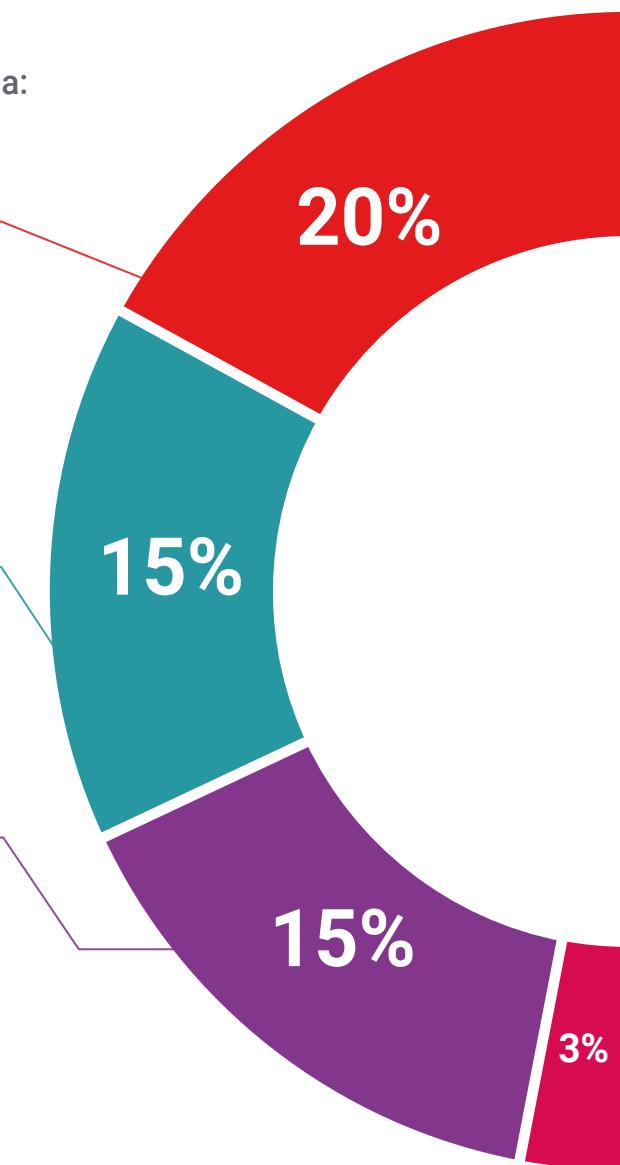
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

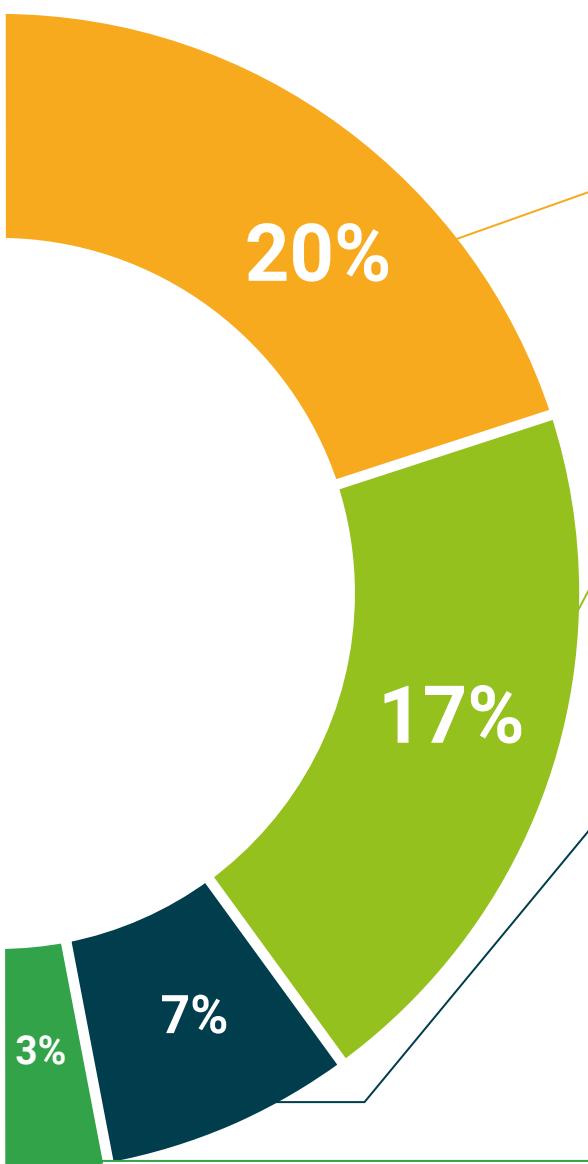
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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

En su firme compromiso por ofrecer las titulaciones universitarias más completas y actualizadas del panorama académico, TECH Universidad lleva a cabo un minucioso proceso de selección para conformar sus claustros docentes. Como resultado, el presente Grand Master ha reunido a los mejores especialistas en el ámbito de la Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario. De este modo, han diseñado una amplia gama de materiales didácticos caracterizados por su elevada calidad y aplicabilidad a los requerimientos del mercado laboral actual. Así, los profesionales disfrutarán de una experiencia inmersiva que mejorará sus perspectivas laborales.



66

Contarás con el respaldo de un equipo docente experto en Alta Dirección del Sector Inmobiliario, que impulsará tu progreso y resolverá cada una de tus dudas estratégicas”

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 ropa 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 matriculararte?"

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 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 programa 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 programa 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 Kenia, 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.



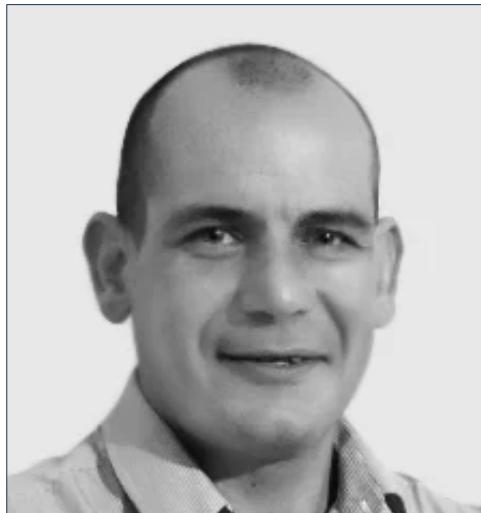
Dña. Thole-Muir, Wendy

- 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!"

Dirección



D. Loras González, Diego

- ♦ CEO de Oikos Inmobiliaria
- ♦ CEO y fundador de Loan Soluciones Financieras
- ♦ Director comercial en *Homes Agents*
- ♦ Jefe de Área en Tecnocasa
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid

Profesores

D. Pérez Rubio, Fernando

- ♦ Promotor y constructor
- ♦ Gerente, administrador y jefe de obras en diversas empresas constructoras
- ♦ Gerente y administrador en Constructora 973 SL
- ♦ Decorador y encargado de obras en Ambiental SL
- ♦ Responsable de compra-venta de activos para reforma

D. Martínez Monte, Raúl

- ♦ CEO en S.I. Bassegoda
- ♦ Director Comercial y financiero en Homes.AG
- ♦ Coordinador de gestión de alquileres en Solfinc SL
- ♦ Graduado en Economía por la Universidad Pompeu Fabra
- ♦ Postgrado en Mercados Financieros por la Universidad de Alicante

Dña. Fernández Blanca, Ana

- ◆ Agente Inmobiliario en Oikos Inmobiliaria
- ◆ Asesoría Inmobiliaria y Responsable de Zona
- ◆ Experta en Negociación, Captación de Clientes y Redes Sociales
- ◆ Graduada en Administración de Empresas

Dña. Sastre, Yolanda

- ◆ Agente Inmobiliario en el Área de Madrid
- ◆ Coordinadora en el Departamento de Ventas
- ◆ Técnica Administrativa
- ◆ Fotógrafa Freelancer
- ◆ Formación Profesional Grado Superior en Secretariado de Dirección y Administración
- ◆ Formación Profesional Grado Superior en RR. HH. y Reclutamiento Personal
- ◆ Formación Profesional Grado Superior en Asesoría de Imagen Personal y Medicina Estética

D. Rodríguez Fernández, Borja Jaime

- ◆ Director General de Gestión de Promociones de Obra Nueva en Nuevo Valkey
- ◆ Asesor Comercial y Responsable de Oficina en Grupo Tecnocasa
- ◆ Grado Medio en Administración y Dirección de Empresas

08

Titulación

El Grand Master en Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Global University.



66

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Grand Master en Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario** 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.

TECH es miembro de la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, una entidad de prestigio dedicada a impulsar la excelencia profesional en ciencias empresariales. Esta vinculación fortalece su compromiso con la excelencia académica en el ámbito empresarial.

Aval/Membresía



Título: **Grand Master en Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**



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



Grand Master

Alta Dirección de Empresas
del Sector Inmobiliario

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

Alta Dirección de Empresas del Sector Inmobiliario

Aval/Membresía



Economics, Business
and Enterprise Association

The logo for tech global university consists of the word "tech" in a large, dark grey, sans-serif font. A small, colorful graphic resembling a stylized 'h' or a flame is positioned between the 't' and the 'e'. To the right of "tech", the words "global university" are written in a smaller, light grey, sans-serif font.