Grand Master

MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)

Aval/Membresía

BUSINESS GRADUATES ASSOCIATION
MEMBER

tech universidad FUNDEPOS

tech universidad FUNDEPOS

Grand Master
MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)

- Modalidad: **online**
- Duración: **2 años**
- Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- Acreditación: **120 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-mba-data-science-management-dso-chief-data-science-officer**

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 Licencias de software incluidas — pág. 44

07 Metodología de estudio — pág. 48

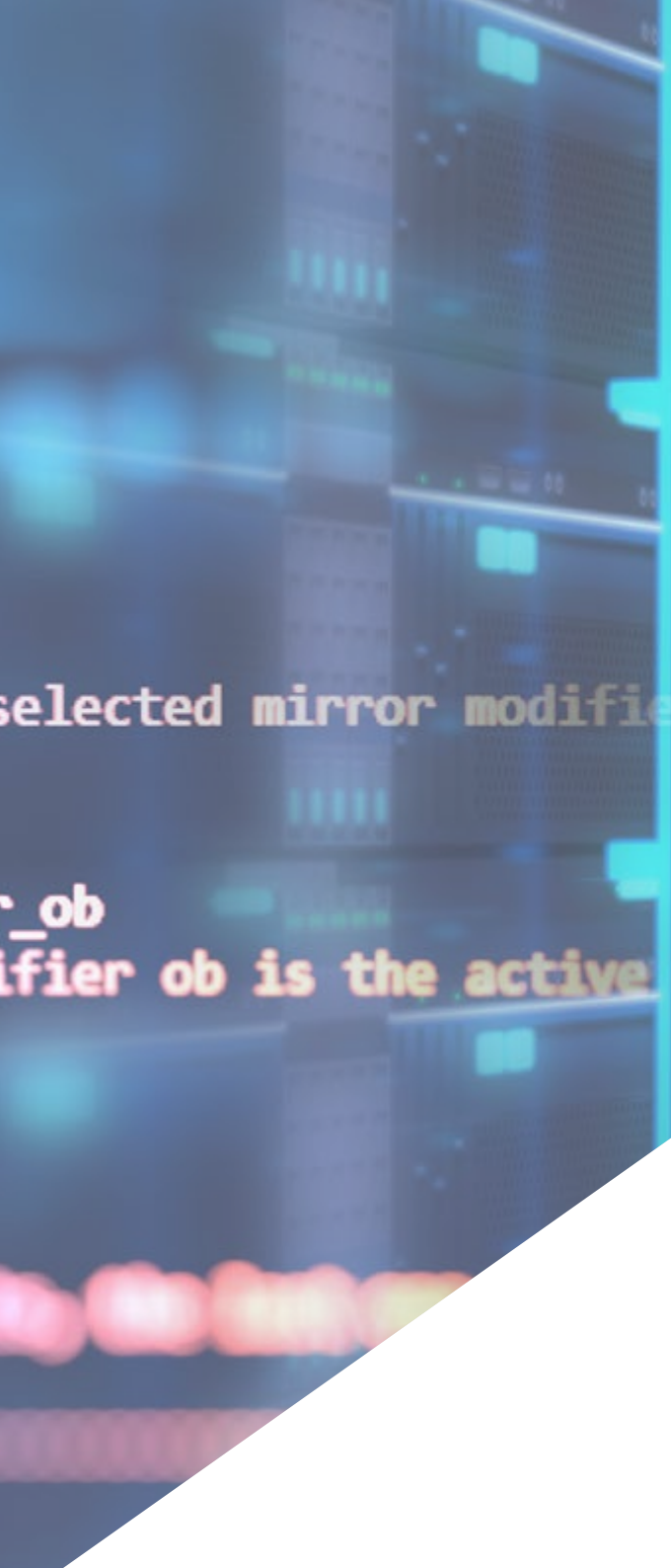
08 Cuadro docente — pág. 58

09 Titulación — pág. 82

01

Presentación del programa

La Inteligencia Artificial ha emergido como una herramienta revolucionaria en la gestión de ciencia de datos, ofreciendo capacidades que van más allá del análisis tradicional. En este sentido, la integración de técnicas de aprendizaje automático y algoritmos avanzados permite a las organizaciones no solo interpretar grandes volúmenes de datos, sino también predecir tendencias futuras y automatizar procesos críticos. Por esta razón, los expertos deben dominar sistemas inteligentes avanzados que impulsen la eficiencia operativa y respalden decisiones estratégicas basadas en datos. Bajo esta premisa, TECH presenta un innovador programa universitario orientado al *Data Science Management* (DSO, *Chief Data Science Officer*).



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

La transformación digital ha llevado a las organizaciones a integrar la ciencia de datos en sus estrategias, con el objetivo de optimizar procesos y fortalecer la toma de decisiones. En consecuencia, el rol del *Chief Data Science Officer* se ha consolidado como un liderazgo clave para integrar y gestionar los datos en las empresas de manera estratégica. Ante este nuevo escenario, los especialistas necesitan adquirir habilidades de gestión para transformar los datos en activos estratégicos.

Para facilitarles esta labor, TECH Universidad FUNDEPOS presenta un revolucionario Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer). Diseñado por especialistas de reconocido prestigio, este itinerario académico abordará contenidos que van desde los fundamentos del análisis de datos y la representación gráfica de resultados, hasta el estudio avanzado de fenómenos estadísticos. Gracias a ello, los participantes desarrollarán competencias clave para liderar la gestión estratégica de los datos en las organizaciones, empleando herramientas avanzadas de análisis y visualización para la toma de decisiones informadas.

En cuanto a la metodología, esta titulación se imparte en modalidad 100% online. Este formato brinda a los expertos la posibilidad de acceder al contenido desde cualquier lugar y en el momento que lo requieran, adaptando el estudio a sus propios horarios. Además, TECH aplica su innovador método de aprendizaje: el *Relearning*. Este sistema consiste en la repetición de conceptos clave para fijar conocimientos y facilitar un aprendizaje duradero. Como valor añadido, el programa incorpora una serie de *Masterclasses* intensivas impartidas por reconocidos Directores Invitados Internacionales, todos ellos con una destacada trayectoria en *Data Science Management*.

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

Este **Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en *Data Science Management* (DSO, *Chief Data Science Officer*)
- 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 *Data Science Management* (DSO, *Chief Data Science Officer*)
- 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

Impartirán prestigiosos Directores Invitados Internacionales Masterclasses rigurosas sobre las últimas tendencias en Data Science Management"

Aplicarás el análisis de datos para mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones estratégicas en todos los niveles de la organización"

Implementarás arquitecturas de Big Data que permitan almacenar, procesar y analizar grandes volúmenes de información de forma eficiente.

Optimizarás tu especialización profesional con el disruptivo sistema Relearning de TECH, que permitirá aprender con menos esfuerzo y mayor rendimiento.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la *Data Science Management* (DSO, *Chief Data Science Officer*) 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.

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

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.

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

Un método de aprendizaje único

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

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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

Google Partner Premier

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

La universidad mejor valorada por sus alumnos

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

03

Plan de estudios

Los materiales didácticos que conforman este Grand Master han sido elaborados por un equipo de expertos en *Data Science Management*. Por ello, el plan de estudios ahondará en factores que comprenden desde el desarrollo de sistemas inteligentes o análisis de fenómenos estocásticos hasta técnica sofisticadas como la Minería de Datos. De este modo, los egresados adquirirán habilidades avanzadas para diseñar e implementar estrategias de negocio fundamentadas en el análisis de datos, optimizando la toma de decisiones y promoviendo el crecimiento sostenible.

Dispondrás de una sólida comprensión sobre estrategias de gestión de datos que alineen los objetivos empresariales con las capacidades analíticas"

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 en las estrategias globales de negocio
- 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 de la 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 de la Empresa
- 1.7.1. Responsabilidad Social de las empresas
- 1.7.2. Roles y responsabilidades
- 1.7.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa

1.8. Sistemas y herramientas de gestión responsable
- 1.8.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social
- 1.8.2. Integración de sistemas
- 1.8.3. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral
- 1.8.4. Auditorías

1.9. Multinacionales y derechos humanos
- 1.9.1. Globalización, derechos humanos y empresas multinacionales
- 1.9.2. Multinacionales frente al Derecho internacional
- 1.9.3. Instrumentos jurídicos específicos

1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
- 1.10.1. Normas Internacionales de Importación y Exportación
- 1.10.2. Propiedad Intelectual e Industrial
- 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional
- 2.1.1. Cultura organizacional
- 2.1.2. Análisis organizacional
- 2.1.3. Diseño de la estructura organizacional

2.2. Estrategia Corporativa
- 2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
- 2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
- 2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
- 2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional

2.3. Planificación y Formulación Estratégica
- 2.3.1. Pensamiento estratégico
- 2.3.2. Formulación y Planificación estratégica
- 2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa

2.4. Implementación de Estrategias Corporativas
- 2.4.1. *Driving Corporate Strategy*
- 2.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
- 2.4.3. *Framing Corporate Strategy*

2.5. Desarrollo de Nuevos Negocios y Consolidación de la Empresa
- 2.5.1. Desarrollo de nuevos negocios
- 2.5.2. Crecimiento y consolidación de la empresa

2.6. Planificación y estrategia
- 2.6.1. Relevancia de la Dirección Estratégica en el proceso de Control de Gestión
- 2.6.2. Análisis del entorno y la organización
- 2.6.3. *Lean Management*

2.7. Modelos y Patrones Estratégicos
- 2.7.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
- 2.7.2. Estrategia Corporativa: Metodologías
- 2.7.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa

2.8. Estrategia competitiva
- 2.8.1. Análisis del mercado
- 2.8.2. Ventaja competitiva sostenible
- 2.8.3. Retorno de la inversión

2.9. Dirección Estratégica
- 2.9.1. Misión, visión y valores estratégicos
- 2.9.2. *Balanced Scorecard*/Cuadro de Mando
- 2.9.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
- 2.9.4. Dirección estratégica y *reporting*

2.10. Implantación de la estratégica
- 2.10.1. Implantación estratégica: Objetivos, acciones e impactos
- 2.10.2. Supervisión y alineación estratégica
- 2.10.3. Enfoque de mejora continua

2.11. Ejecución de la estrategia
- 2.11.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
- 2.11.2. Mapa estratégico
- 2.11.3. Diferenciación y alineamiento

2.12. Comunicación estratégica
- 2.12.1. Comunicación interpersonal
- 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 2.12.3. Comunicación interna y plan de comunicación integral
- 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

3.1. Comportamiento organizacional
- 3.1.1. Teoría de las organizaciones
- 3.1.2. Factores clave para el cambio en las organizaciones
- 3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento
- 3.1.4. Cultura organizacional
- 3.1.5. Comportamiento y cambios organizativos
- 3.1.6. Las personas en las organizaciones
- 3.1.7. Pensamiento estratégico y sistema
- 3.1.8. Planificación y gestión de proyectos del departamento de RR.HH
- 3.1.9. Diseño organizativo estratégico
- 3.1.10. Bases financieras y contables para la gestión de RR.HH

3.2. Las personas en las organizaciones
- 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
- 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 3.2.3. *Coaching* y gestión de equipos
- 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad

3.3. Dirección estratégica de personas
- 3.3.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
- 3.3.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
- 3.3.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
- 3.3.4. Formación y desarrollo profesional

3.4. Análisis del puesto de trabajo

3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR.HH

3.6. Gestión de recursos humanos por competencias

3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

3.8. Gestión de la formación

3.9. Gestión del talento

3.10. Innovación en gestión del talento y las personas

3.11. Motivación

3.12. *Employer Branding*

3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño

3.14. Desarrollo directivo y liderazgo
- 3.14.1. Capacidades directivas: Competencias y habilidades del siglo XXI
- 3.14.2. Habilidades no directivas
- 3.14.3. Mapa de competencias y habilidades
- 3.14.4. Liderazgo y dirección de personas

3.15. Gestión del tiempo
- 3.15.1. Planificación, organización y control
- 3.15.2. Metodología de la gestión del tiempo
- 3.15.3. Planes de acción
- 3.15.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

3.16. Gestión del cambio
- 3.16.1. Análisis del rendimiento
- 3.16.2. Planteamiento estratégico
- 3.16.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
- 3.16.4. Enfoque de mejora continua

3.17. Negociación y gestión de conflictos
- 3.17.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
- 3.17.2. Técnicas de negociación efectiva
- 3.17.3. Conflictos: factores y tipologías
- 3.17.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación
- 3.17.5. Comunicación interpersonal
- 3.17.6. Conflictos interpersonales
- 3.17.7. Negociación intercultural

3.18. Comunicación directiva
- 3.18.1. Análisis del rendimiento
- 3.18.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
- 3.18.3. Gestión de procesos de cambio
- 3.18.4. Gestión de equipos multiculturales

3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL
- 3.19.1. Gestión de Recursos Humanos
- 3.19.2. Gestión de equipos
- 3.19.3. Plan de Prevención de Riesgos Laborales

3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento
- 3.20.1. La productividad
- 3.20.2. Palancas para productividad
- 3.20.3. Palancas de atracción, retención y atracción de talento

3.21. Compensación monetaria *vs.* no monetaria
- 3.21.1. Modelos de bandas salariales
- 3.21.2. Modelos de compensación no monetaria
- 3.21.3. Compensación monetaria *vs.* No monetaria

3.22. Gestión de equipos y desempeño de personas
- 3.22.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
- 3.22.2. Gestión de equipos y de personas
- 3.22.3. *Coaching* y desempeño de personas
- 3.22.4. Reuniones directivas: Planificación y gestión de tiempos

3.23. Gestión del conocimiento y del talento
- 3.23.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
- 3.23.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
- 3.23.3. Creatividad e innovación

3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital
- 3.24.1. Nuevas formas de organización y nuevas metodologías de trabajo
- 3.24.2. Habilidades digitales y *Professional Brand*
- 3.24.3. HR y *Data Analysis*
- 3.24.4. Gestión de personas en la era digital

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno Económico
- 4.1.1. Teoría de las organizaciones
- 4.1.2. Factores clave para el cambio en las organizaciones
- 4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

4.2. La financiación de la empresa
- 4.2.1. Fuentes de financiación
- 4.2.2. Tipos de coste en la financiación
  - 4.2.2.1. El coste del capital propio
  - 4.2.2.2. El coste de la deuda
  - 4.2.2.3. El coste medio ponderado de capital (WACC) en la valoración de proyectos de inversión

4.3. Contabilidad Directiva
- 4.3.1. Marco internacional de Contabilidad
- 4.3.2. Introducción al ciclo contable
- 4.3.3. Estados Contables de las empresas

4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes
- 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
- 4.4.2. El stock en contabilidad general y en contabilidad de costes
- 4.4.3. El gasto en la contabilidad general y la contabilidad de costes
- 4.4.4. Clasificación de los costes

4.5. Sistemas de información y *Business Intelligence*
- 4.5.1. Fundamentos y clasificación
- 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto

4.6. Presupuesto y Control de Gestión
- 4.6.1. Planificación Presupuestaria
- 4.6.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
- 4.6.3. Supervisión y *reporting*

4.7. Gestión de tesorería
- 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
- 4.7.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
- 4.7.3. *Credit Management*
- 4.7.4. Gestión de fondos, patrimonios y *Family Offices*

4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas
- 4.8.1. Responsabilidad fiscal corporativa
- 4.8.2. Procedimiento tributario: Aproximación a un caso-país

4.9. Sistemas de control de las empresas
- 4.9.1. Tipologías de Control
- 4.9.2. Cumplimiento Normativo/*Compliance*
- 4.9.3. Auditoría Interna
- 4.9.4. Auditoría Externa

4.10. Dirección Financiera
- 4.10.1. Introducción a la Dirección Financiera
- 4.10.2. Dirección Financiera y estrategia corporativa
- 4.10.3. Director Financiero (CFO): competencias directivas

4.11. Planificación Financiera
- 4.11.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
- 4.11.2. Herramientas de análisis financiero
- 4.11.3. Planificación Financiera a corto plazo
- 4.11.4. Planificación Financiera a largo plazo

4.12. Estrategia Financiera Corporativa
- 4.12.1. Inversiones Financieras Corporativas
- 4.12.2. Crecimiento estratégico: tipologías

4.13. Contexto Macroeconómico
- 4.13.1. Análisis Macroeconómico
- 4.13.2. Indicadores de coyuntura
- 4.13.3. Ciclo económico

4.14. Financiación Estratégica
- 4.14.1. Negocio Bancario: Entorno actual
- 4.14.2. Análisis y gestión del riesgo

4.15. Mercados monetarios y de capitales
- 4.15.1. Mercado de Renta Fija
- 4.15.2. Mercado de Renta Variable
- 4.15.3. Valoración de empresas

4.16. Análisis y planificación financiera
- 4.16.1. Análisis del balance de situación
- 4.16.2. Análisis de la cuenta de resultados
- 4.16.3. Análisis de la rentabilidad

4.17. Análisis y resolución de casos/problemas
- 4.17.1. Metodología de Resolución de Problemas
- 4.17.2. Método del Caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección y Gestión de Operaciones
- 5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
- 5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
- 5.1.3. Sistemas de indicadores

5.2. Organización industrial y logística
- 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
- 5.2.2. Departamento de Logística Interna
- 5.2.3. Departamento de Logística Externa

5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO etc.)
- 5.3.1. Sistema y estrategias de producción
- 5.3.2. Sistema de gestión de inventario
- 5.3.3. Indicadores de producción

5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento
- 5.4.1. Función de aprovisionamiento
- 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
- 5.4.3. Proceso de decisión de la compra

5.5. Control económico de compras
- 5.5.1. Diseño avanzado de almacenes
- 5.5.2. *Picking* y *Sorting*
- 5.5.3. Control de flujo de materiales

5.6. Control de las operaciones de almacén
- 5.6.1. Operaciones de almacén
- 5.6.2. Control de inventario y sistemas de ubicación
- 5.6.3. Técnicas de gestión de stock

5.7. Dirección de compras
- 5.7.1. Gestión de *Stocks*
- 5.7.2. Gestión de Almacenes
- 5.7.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento

5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)
- 5.8.1. Cadena de suministro
- 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena de suministro
- 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro

5.9. *Supply Chain Management*
- 5.9.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 5.9.2. Cambio en los patrones de demanda
- 5.9.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
- 5.10.1. Áreas a considerar en la interacción
- 5.10.2. Interrelaciones en SCM
- 5.10.3. Problemas de integración en SCM

5.11. Costes de la logística
- 5.11.1. Costes a considerar según área
- 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
- 5.11.3. Optimización de costes logísticos

5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIs
- 5.12.1. Rentabilidad y eficiencia de las mediaciones
- 5.12.2. Indicadores generales de cadenas logísticas
- 5.12.3. Indicadores específicos

5.13. Procesos logísticos
- 5.13.1. Organización y gestión por procesos
- 5.13.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
- 5.13.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
- 5.13.4. Servicio posventa

5.14. Logística de Transporte y distribución clientes
- 5.14.1. Análisis de la demanda y previsión
- 5.14.2. Previsión y planificación de ventas
- 5.14.3. *Collaborative Planning, Forecasting & Replenishment*

5.15. Logística y clientes
- 5.15.1. Análisis de la demanda y previsión
- 5.15.2. Previsión y planificación de ventas
- 5.15.3. *Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment*

5.16. Logística internacional
- 5.16.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
- 5.16.2. Formas y medios de pago internacional
- 5.16.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.17. *Outsourcing* de operaciones
- 5.17.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
- 5.17.2. Formas y medios de pago internacional
- 5.17.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.18. Competitividad en operaciones
- 5.18.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
- 5.18.2. Tecnologías y ciencias emergentes
- 5.18.3. Sistemas de información en las operaciones

5.19. Gestión de la calidad
- 5.19.1. La calidad total
- 5.19.2. Sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015
- 5.19.3. Sistemas integrados de gestión
- 5.19.4. La Excelencia en la Gestión: modelo EFQM
- 5.19.5. Herramientas de la calidad

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Entornos tecnológicos
- 6.1.1. Sistemas de información empresarial
- 6.1.2. Decisiones estratégicas
- 6.1.3. Rol del CIO

6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
- 6.2.1. Evolución del modelo de IT
- 6.2.2. Organización y Departamento IT
- 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico

6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
- 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
- 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
- 6.3.3. Estrategia Corporativa vs. Estrategia tecnológica y digital

6.4. Dirección de Sistemas de Información
- 6.4.1. Análisis de empresa y sectores industriales
- 6.4.2. Modelos de negocio basados en internet
- 6.4.3. El valor de la IT en la empresa

6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información
- 6.5.1. El proceso de planificación estratégica
- 6.5.2. Formulación de la estrategia de SI
- 6.5.3. Plan de implantación de la estrategia

6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
- 6.6.1. *Business Intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral

6.7. Sistemas de Información y *Business Intelligence*
- 6.7.1. CRM y *Business Intelligence*
- 6.7.2. Gestión de Proyectos de *Business Intelligence*
- 6.7.3. Arquitectura de *Business Intelligence*

6.8. *Business Intelligence* empresarial
- 6.8.1. El mundo del dato
- 6.8.2. Conceptos relevantes
- 6.8.3. Principales características
- 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
- 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
- 6.8.6. Ciberseguridad en BI y *Data Science*

6.9. Nuevo concepto empresarial
- 6.9.1. Por qué BI
- 6.9.2. Obtención de la información
- 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
- 6.9.4. Razones por las que invertir en BI

6.10. Herramientas y soluciones BI
- 6.10.1. Elección de la mejor herramienta
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
- 6.10.4. Prometheus

6.11. Planificación y dirección Proyecto BI
- 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
- 6.11.2. Solución BI para tu empresa
- 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos

6.12. Aplicaciones de gestión corporativa
- 6.12.1. Modelos de negocio de base tecnológica
- 6.12.2. Capacidades para innovar
- 6.12.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

6.13. Transformación Digital
- 6.13.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
- 6.13.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
- 6.13.3. *eCommerce* como oportunidad de Internacionalización

6.14. Tecnologías y tendencias
- 6.14.1. Estrategias en Social Media
- 6.14.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
- 6.14.3. Regulación digital

6.15. Outsourcing de TI
- 6.15.1. *Mobile eCommerce*
- 6.15.2. Diseño y usabilidad
- 6.15.3. Operaciones del Comercio Electrónico

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

7.1. Gestión Comercial
- 7.1.1. Macro Conceptual de la innovación
- 7.1.2. Tipologías de innovación
- 7.1.3. Innovación continua y discontinua
- 7.1.4. Formación e Innovación

7.2. Marketing
- 7.2.1. Innovación y estrategia corporativa
- 7.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
- 7.2.3. Talleres de innovación

7.3. Gestión Estratégica del Marketing
- 7.3.1. Metodología Lean Startup
- 7.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
- 7.3.3. Modalidades de financiación
- 7.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo Canvas y métricas
- 7.3.5. Crecimiento y fidelización

7.4. Marketing digital y comercio electrónico

7.5. *Managing Digital Business*

7.6. Marketing digital para reforzar la marca

7.7. Estrategia de Marketing Digital
- 7.7.1. Oportunidades de innovación
- 7.7.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
- 7.7.3. Definición y diseño de los proyectos
- 7.7.4. Ejecución de los Proyectos
- 7.7.5. Cierre de Proyectos

7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

7.9. Gestión de campañas digitales

7.10. Plan de marketing online

7.11. *Blended* Marketing

7.12. Estrategia de ventas y de comunicación

7.13. Comunicación Corporativa RR.HH

7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa

7.15. Comunicación y reputación digital
- 7.15.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online
- 7.15.2. Informe de reputación online
- 7.15.3. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
- 7.15.4. *Branding* y *networking* 2.0

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

8.1. Investigación de Mercados (Dirección comercial)
- 8.1.1. Dirección de ventas
- 8.1.2. Estrategia comercial
- 8.1.3. Técnicas de venta y de negociación
- 8.1.4. Dirección de equipos de ventas

8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
- 8.2.1. Variables y escalas de medida
- 8.2.2. Fuentes de información
- 8.2.3. Técnicas de muestreo
- 8.2.4. Tratamiento y análisis de los datos

8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
- 8.3.1. Técnicas directas: *Focus Group*
- 8.3.2. Técnicas antropológicas
- 8.3.3. Técnicas indirectas
- 8.3.4. *Two - Face Mirror* y método Delphi

8.4. Segmentación de mercados
- 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
- 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
- 8.4.3. Tipologías de mercado
- 8.4.4. Concepto y análisis de la demanda
- 8.4.5. Segmentación y criterios
- 8.4.6. Definición de público objetivo

8.5. Gestión de proyectos de investigación
- 8.5.1. Herramientas de análisis de información
- 8.5.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
- 8.5.3. Evaluación de viabilidad de proyectos

8.6. La investigación de mercados internacionales
- 8.6.1. Introducción a la investigación de mercados internacionales
- 8.6.2. Proceso de la investigación de mercados internacionales
- 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en la Investigación Internacional

8.7. Los estudios de viabilidad
- 8.7.1. Obtención de información de comportamientos y motivos de compra
- 8.7.2. Análisis y valoración de la oferta competitiva
- 8.7.3. Estructura y potencial de mercado
- 8.7.4. Intención de compra
- 8.7.5. Resultados de Viabilidad

8.8. Publicidad
- 8.8.1. Marketing e impacto en la empresa
- 8.8.2. Variables básicas del Marketing
- 8.8.3. Plan de marketing

8.9. Desarrollo del plan de Marketing
- 8.9.1. Análisis y diagnóstico
- 8.9.2. Decisiones estratégicas
- 8.9.3. Decisiones operativas

8.10. Estrategias de promoción y *Merchandising*
- 8.10.1. Gestión de la publicidad
- 8.10.2. Plan de comunicación y medios
- 8.10.3. El *Merchandising* como técnica de Marketing
- 8.10.4. *Visual Merchandising*

8.11. Planificación de medios
- 8.11.1. Fuentes de la innovación
- 8.11.2. Tendencias actuales en Marketing
- 8.11.3. Herramientas de Marketing
- 8.11.4. Estrategia de marketing y comunicación con los clientes

8.12. Fundamentos de la dirección comercial
- 8.12.1. Análisis interno y externo. DAFO
- 8.12.2. Análisis sectorial y competitivo
- 8.12.3. Modelo Canvas

8.13. Negociación comercial

8.14. Toma de decisiones en gestión comercial

8.15. Dirección y gestión de la red de ventas

8.16. Implementación de la función comercial

8.17. *Key account management*

8.18. Gestión financiera y presupuestaria

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

9.1. Innovación
- 9.1.1. Macro Conceptual de la innovación
- 9.1.2. Tipologías de innovación
- 9.1.3. Innovación continua y discontinua
- 9.1.4. Formación e Innovación

9.2. Estrategia de Innovación
- 9.2.1. Innovación y estrategia corporativa
- 9.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
- 9.2.3. Talleres de innovación

9.3. Creación de una *startup*
- 9.3.1. De la idea al modelo empresarial
- 9.3.2. Los socios
- 9.3.3. Consideraciones jurídicas
- 9.3.4. Organización y cultura
- 9.3.5. Capital Riesgo y Gestión Emprendedora

9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
- 9.4.1. Metodología *Lean Startup*
- 9.4.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
- 9.4.3. Modalidades de financiación
- 9.4.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo Canvas y métricas
- 9.4.5. Crecimiento y fidelización

9.5. Dirección y Gestión de Proyectos
- 9.5.1. Oportunidades de innovación
- 9.5.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
- 9.5.3. Definición y diseño de los proyectos
- 9.5.4. Ejecución de los Proyectos
- 9.5.5. Cierre de Proyectos

9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación

9.7. Gestión de la comunicación de proyectos

9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras

9.9. *Project Management* para Startups

9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

Módulo 10. *Management* Directivo

10.1. *General Management*
- 10.1.1. Concepto de General Management
- 10.1.2. La acción del director general
- 10.1.3. El director general y sus funciones
- 10.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección

10.2. *Management* Directivo
- 10.2.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
- 10.2.2. *Management* directivo y desarrollo de procesos
- 10.2.3. Política de Gestión y Procesos
- 10.2.4. *Society and Enterprise*
- 10.2.5. *Knowledge Management*

10.3. Las personas en las organizaciones
- 10.3.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
- 10.3.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 10.3.3. Coaching y gestión de equipos
- 10.3.4. Gestión de la igualdad y diversidad

10.4. Oratoria y formación de portavoces
- 10.4.1. Comunicación interpersonal
- 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 10.4.3. Barreras para la comunicación

10.5. Comunicación Personal y Organizacional
- 10.5.1. La comunicación y objetivos
- 10.5.2. Aplicar las habilidades de la comunicación
- 10.5.3. La comunicación en las organizaciones
- 10.5.4. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
- 10.5.5. Elaboración de un plan de comunicación corporativo
- 10.5.6. Departamento de comunicación en la organización
- 10.5.7. Ventajas de la comunicación interna
- 10.5.8. Estrategias de comunicación externa
- 10.5.9. Comunicación Corporativa 2.0
- 10.5.10. Gestión de crisis en la comunicación

10.6. Desarrollo directivo y liderazgo
- 10.6.1. Concepto de desarrollo directivo
- 10.6.2. Concepto de liderazgo
- 10.6.3. Teorías del liderazgo
- 10.6.4. Estilos de liderazgo
- 10.6.5. La inteligencia en el liderazgo
- 10.6.6. Los desafíos del líder en la actualidad

10.7. Liderazgo 2.0
- 10.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 10.7.2. Motivación
- 10.7.3. Inteligencia emocional
- 10.7.4. Capacidades y habilidades del líder 2.0
- 10.7.5. Reuniones eficaces

10.8. Análisis y resolución de casos/problemas
- 10.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
- 10.8.2. Método del Caso
- 10.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones

10.9. Negociación y resolución de conflictos
- 10.9.1. Técnicas de negociación efectiva
- 10.9.2. Conflictos interpersonales
- 10.9.3. Negociación intercultural

10.10. Gestión del tiempo
- 10.10.1. Planificación, organización y control
- 10.10.2. Metodología de la gestión del tiempo
- 10.10.3. Planes de acción
- 10.10.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

Módulo 11. Analítica del dato en la organización empresarial

11.1. Análisis de negocio
- 11.1.1. Análisis de negocio
- 11.1.2. Estructura del dato
- 11.1.3. Fases y elementos

11.2. Analítica del dato en la empresa
- 11.2.1. Cuadros de mando y KPIs por departamentos
- 11.2.2. Informes operativos, tácticos y estratégicos
- 11.2.3. Analítica del dato aplicada a cada departamento
  - 11.2.3.1. Marketing y comunicación
  - 11.2.3.2. Comercial
  - 11.2.3.3. Atención al cliente
  - 11.2.3.4. Compras
  - 11.2.3.5. Administración
  - 11.2.3.6. Recursos Humanos
  - 11.2.3.7. Producción
  - 11.2.3.8. IT

11.3. Marketing y comunicación
- 11.3.1. KPI´S a medir, aplicaciones y beneficios
- 11.3.2. Sistemas de Marketing y *Data warehouse*
- 11.3.3. Implementación de una estructura de analítica del dato en Marketing
- 11.3.4. Plan de Marketing y comunicación
- 11.3.5. Estrategias, predicción y gestión de campañas

11.4. Comercial y ventas
- 11.4.1. Aportaciones de analítica del dato en el área comercial
- 11.4.2. Necesidades del departamento de ventas
- 11.4.3. Estudios de mercado

11.5. Atención al cliente
- 11.5.1. Fidelización
- 11.5.2. Calidad personal e inteligencia emocional
- 11.5.3. Satisfacción del cliente

11.6. Compras
- 11.6.1. Analítica del dato para estudios de mercado
- 11.6.2. Analítica del dato para estudios de competencia
- 11.6.3. Otras aplicaciones

11.7. Administración
- 11.7.1. Necesidades en el departamento de administración
- 11.7.2. *Data warehouse* y análisis de riesgo financiero
- 11.7.3. *Data warehouse* y análisis de riesgo de crédito

11.8. Recursos Humanos
- 11.8.1. RR.HH. y beneficios de la analítica del dato
- 11.8.2. Herramientas de analítica del dato en el departamento de recursos humanos
- 11.8.3. Aplicación de analítica del dato en los Recursos Humanos

11.9. Producción
- 11.9.1. Análisis de datos en un departamento de producción
- 11.9.2. Aplicaciones
- 11.9.3. Beneficios

11.10. IT
- 11.10.1. Departamento de IT
- 11.10.2. Analítica del dato y transformación digital
- 11.10.3. Innovación y productividad

Módulo 12. Gestión, Manipulación de Datos e Información para Ciencia de Datos

12.1. Estadística. Variables, índices y ratios
- 12.1.1. La Estadística
- 12.1.2. Dimensiones estadísticas
- 12.1.3. Variables, índices y ratios

12.2. Tipología del dato
- 12.2.1. Cualitativos
- 12.2.2. Cuantitativos
- 12.2.3. Caracterización y categorías

12.3. Conocimiento de los datos a partir de medidas
- 12.3.1. Medidas de centralización
- 12.3.2. Medidas de dispersión
- 12.3.3. Correlación

12.4. Conocimiento de los datos a partir de gráficos
- 12.4.1. Visualización según el tipo de dato
- 12.4.2. Interpretación de información gráfica
- 12.4.3. Customización de gráficos con R

12.5. Probabilidad
- 12.5.1. Probabilidad
- 12.5.2. Función de probabilidad
- 12.5.3. Distribuciones

12.6. Recolección de datos
- 12.6.1. Metodología de recolección
- 12.6.2. Herramientas de recolección
- 12.6.3. Canales de recolección

12.7. Limpieza del dato
- 12.7.1. Fases de la limpieza de datos
- 12.7.2. Calidad del dato
- 12.7.3. Manipulación de datos (con R)

12.8. Análisis de datos, interpretación y valoración de resultados
- 12.8.1. Medidas estadísticas
- 12.8.2. Índices de relación
- 12.8.3. Minería de datos

12.9. Almacén del dato (*Data warehouse*)
- 12.9.1. Elementos
- 12.9.2. Diseño

12.10. Disponibilidad del dato
- 12.10.1. Acceso
- 12.10.2. Utilidad
- 12.10.3. Seguridad

Módulo 13. Dispositivos y Plataformas IoT como Base para la Ciencia de Datos

13.1. *Internet of Things*
- 13.1.1. Internet del futuro, *Internet of Things*
- 13.1.2. El consorcio de Internet Industrial

13.2. Arquitectura de referencia
- 13.2.1. La arquitectura de referencia
- 13.2.2. Capas
- 13.2.3. Componentes

13.3. Sensores y dispositivos IoT
- 13.3.1. Componentes principales
- 13.3.2. Sensores y actuadores

13.4. Comunicaciones y protocolos
- 13.4.1. Protocolos. Modelo OSI
- 13.4.2. Tecnologías de comunicación

13.5. Plataformas *Cloud* para IoT e IIoT
- 13.5.1. Plataformas de propósito general
- 13.5.2. Plataformas Industriales
- 13.5.3. Plataformas de código abierto

13.6. Gestión de datos en plataformas IoT
- 13.6.1. Mecanismos de gestión de datos. Datos abiertos
- 13.6.2. Intercambio de datos y visualización

13.7. Seguridad en IoT
- 13.7.1. Requisitos y áreas de seguridad
- 13.7.2. Estrategias de seguridad en IoT

13.8. Aplicaciones de IoT
- 13.8.1. Ciudades inteligentes
- 13.8.2. Salud y condición física
- 13.8.3. Hogar inteligente
- 13.8.4. Otras aplicaciones

13.9. Aplicaciones de IoT
- 13.9.1. Fabricación
- 13.9.2. Transporte
- 13.9.3. Energía
- 13.9.4. Agricultura y ganadería
- 13.9.5. Otros sectores

13.10. Industria 4.0
- 13.10.1. IoRT (*Internet of Robotics Things*)
- 13.10.2. Fabricación aditiva 3D
- 13.10.3. *Big Data Analytic*

Módulo 14. Representación gráfica para análisis de datos

14.1. Análisis exploratorio
- 14.1.1. Representación para análisis de información
- 14.1.2. El valor de la representación gráfica
- 14.1.3. Nuevos paradigmas de la representación gráfica

14.2. Optimización para ciencia de datos
- 14.2.1. La gama cromática y el diseño
- 14.2.2. La Gestalt en la representación gráfica
- 14.2.3. Errores a evitar y consejos

14.3. Fuentes de datos básicos
- 14.3.1. Para representación de calidad
- 14.3.2. Para representación de cantidad
- 14.3.3. Para representación de tiempo

14.4. Fuentes de datos complejos
- 14.4.1. Archivos, Listados y BBDD
- 14.4.2. Datos abiertos
- 14.4.3. Datos de generación continua

14.5. Tipos de gráficas
- 14.5.1. Representaciones básicas
- 14.5.2. Representación de bloques
- 14.5.3. Representación para análisis de dispersión
- 14.5.4. Representaciones circulares
- 14.5.5. Representaciones burbujas
- 14.5.6. Representaciones geográficas

14.6. Tipos de visualización
- 14.6.1. Comparativas y relacional
- 14.6.2. Distribución
- 14.6.3. Jerárquica

14.7. Diseño de informes con representación gráfica
- 14.7.1. Aplicación de gráficas en informes de marketing
- 14.7.2. Aplicación de gráficas en cuadros de mando y KPIs
- 14.7.3. Aplicación de gráficas en planes estratégicos
- 14.7.4. Otros usos: Ciencia, salud, negocio

14.8. Narración gráfica
- 14.8.1. La Narración gráfica
- 14.8.2. Evolución
- 14.8.3. Utilidad

14.9. Herramientas orientadas a visualización
- 14.9.1. Herramientas avanzadas
- 14.9.2. *Software* en línea
- 14.9.3. *Open source*

14.10. Nuevas tecnologías en la visualización de datos
- 14.10.1. Sistemas para virtualización de la realidad
- 14.10.2. Sistemas para aumento y mejora de la realidad
- 14.10.3. Sistemas inteligentes

Módulo 15. Herramientas de Ciencia de Datos

15.1. Ciencia de datos
- 15.1.1. La ciencia de datos
- 15.1.2. Herramientas avanzadas para el científico de datos

15.2. Datos, información y conocimiento
- 15.2.1. Datos, información y conocimiento
- 15.2.2. Tipos de datos
- 15.2.3. Fuentes de datos

15.3. De los datos a la información
- 15.3.1. Análisis de datos
- 15.3.2. Tipos de análisis
- 15.3.3. Extracción de Información de un *dataset*

15.4. Extracción de información mediante visualización
- 15.4.1. La visualización como herramienta de análisis
- 15.4.2. Métodos de visualización
- 15.4.3. Visualización de un conjunto de datos

15.5. Calidad de los datos
- 15.5.1. Datos de calidad
- 15.5.2. Limpieza de datos
- 15.5.3. Preprocesamiento básico de datos

15.6. *Dataset*
- 15.6.1. Enriquecimiento del *dataset*
- 15.6.2. La maldición de la dimensionalidad
- 15.6.3. Modificación de nuestro conjunto de datos

15.7. Desbalanceo
- 15.7.1. Desbalanceo de clases
- 15.7.2. Técnicas de mitigación del desbalanceo
- 15.7.3. Balanceo de un *dataset*

15.8. Modelos no supervisados
- 15.8.1. Modelo no supervisado
- 15.8.2. Métodos
- 15.8.3. Clasificación con modelos no supervisados

15.9. Modelos supervisados
- 15.9.1. Modelo supervisado
- 15.9.2. Métodos
- 15.9.3. Clasificación con modelos supervisados

15.10. Herramientas y buenas prácticas
- 15.10.1. Buenas prácticas para un científico de datos
- 15.10.2. El mejor modelo
- 15.10.3. Herramientas útiles

Módulo 16. Minería de Datos. Selección, preprocesamiento y transformación

16.1. La inferencia estadística
- 16.1.1. Estadística descriptiva *vs.* Inferencia estadística
- 16.1.2. Procedimientos paramétricos
- 16.1.3. Procedimientos no paramétricos

16.2. Análisis exploratorio
- 16.2.1. Análisis descriptivo
- 16.2.2. Visualización
- 16.2.3. Preparación de datos

16.3. Preparación de datos
- 16.3.1. Integración y limpieza de datos
- 16.3.2. Normalización de datos
- 16.3.3. Transformación de atributos

16.4. Los valores perdidos
- 16.4.1. Tratamiento de valores perdidos
- 16.4.2. Métodos de imputación de máxima verosimilitud
- 16.4.3. Imputación de valores perdidos usando aprendizaje automático

16.5. El ruido en los datos
- 16.5.1. Clases de ruido y atributos
- 16.5.2. Filtrado de ruido
- 16.5.3. El efecto del ruido

16.6. La maldición de la dimensionalidad
- 16.6.1. *Oversampling*
- 16.6.2. *Undersampling*
- 16.6.3. Reducción de datos multidimensionales

16.7. De atributos continuos a discretos
- 16.7.1. Datos continuos versus discretos
- 16.7.2. Proceso de discretización

16.8. Los datos
- 16.8.1. Selección de datos
- 16.8.2. Perspectivas y criterios de selección
- 16.8.3. Métodos de selección

16.9. Selección de instancias
- 16.9.1. Métodos para la selección de instancias
- 16.9.2. Selección de prototipos
- 16.9.3. Métodos avanzados para la selección de instancias

16.10. Preprocesamiento de datos en entornos *Big Data*
- 16.10.1. *Big Data*
- 16.10.2. Preprocesamiento clásico versus masivo
- 16.10.3. *Smart Data*

Módulo 17. Predictibilidad y análisis de fenómenos estocásticos

17.1. Series de tiempo
- 17.1.1. Series de tiempo
- 17.1.2. Utilidad y aplicabilidad
- 17.1.3. Casuística relacionada

17.2. La Serie temporal
- 17.2.1. Tendencia y estacionalidad de ST
- 17.2.2. Variaciones típicas
- 17.2.3. Análisis de residuos

17.3. Tipologías
- 17.3.1. Estacionarias
- 17.3.2. No estacionarias
- 17.3.3. Transformaciones y ajustes

17.4. Esquemas para series temporales
- 17.4.1. Esquema (modelo) aditivo
- 17.4.2. Esquema (modelo) multiplicativo
- 17.4.3. Procedimientos para determinar el tipo de modelo

17.5. Métodos básicos de *forecast*
- 17.5.1. Media
- 17.5.2. *Naïve*
- 17.5.3. *Naïve* estacional
- 17.5.4. Comparación de métodos

17.6. Análisis de residuos
- 17.6.1. Autocorrelación
- 17.6.2. ACF de residuos
- 17.6.3. Test de correlación

17.7. Regresión en el contexto de series temporales
- 17.7.1. ANOVA
- 17.7.2. Fundamentos
- 17.7.3. Aplicación practica

17.8. Modelos predictivos de series temporales
- 17.8.1. ARIMA
- 17.8.2. Suavizado exponencial

17.9. Manipulación y análisis de series temporales con R
- 17.9.1. Preparación de los datos
- 17.9.2. Identificación de patrones
- 17.9.3. Análisis del modelo
- 17.9.4. Predicción

17.10. Análisis gráficos combinados con R
- 17.10.1. Situaciones habituales
- 17.10.2. Aplicación práctica para resolución de problemas sencillos
- 17.10.3. Aplicación práctica para resolución de problemas avanzados

Módulo 18. Diseño y desarrollo de sistemas inteligentes

18.1. Preprocesamiento de datos
- 18.1.1. Preprocesamiento de datos
- 18.1.2. Transformación de datos
- 18.1.3. Minería de datos

18.2. Aprendizaje automático
- 18.2.1. Aprendizaje supervisado y no supervisado
- 18.2.2. Aprendizaje por refuerzo
- 18.2.3. Otros paradigmas de aprendizaje

18.3. Algoritmos de clasificación
- 18.3.1. Aprendizaje Automático Inductivo
- 18.3.2. SVM y KNN
- 18.3.3. Métricas y puntuaciones para clasificación

18.4. Algoritmos de regresión
- 18.4.1. Regresión lineal, regresión logística y modelos no lineales
- 18.4.2. Series temporales
- 18.4.3. Métricas y puntuaciones para regresión

18.5. Algoritmos de agrupamiento
- 18.5.1. Técnicas de agrupamiento jerárquico
- 18.5.2. Técnicas de agrupamiento particional
- 18.5.3. Métricas y puntuaciones para *clustering*

18.6. Técnicas de reglas de asociación
- 18.6.1. Métodos para la extracción de reglas
- 18.6.2. Métricas y puntuaciones para los algoritmos de reglas de asociación

18.7. Técnicas de clasificación avanzadas. Multiclasificadores
- 18.7.1. Algoritmos de *Bagging*
- 18.7.2. Clasificador *Random Forests*
- 18.7.3. *Boosting* para árboles de decisión

18.8. Modelos gráficos probabilísticos
- 18.8.1. Modelos probabilísticos
- 18.8.2. Redes bayesianas. Propiedades, representación y parametrización
- 18.8.3. Otros modelos gráficos probabilísticos

18.9. Redes neuronales
- 18.9.1. Aprendizaje automático con redes neuronales artificiales
- 18.9.2. Redes *feedforward*

18.10. Aprendizaje profundo
- 18.10.1. Redes *feedforward* profundas
- 18.10.2. Redes neuronales convolucionales y modelos de secuencia
- 18.10.3. Herramientas para implementar redes neuronales profundas

Módulo 19. Arquitecturas y sistemas para uso intensivo de datos

19.1. Requisitos no funcionales. Pilares de las aplicaciones de datos masivos
- 19.1.1. Fiabilidad
- 19.1.2. Adaptabilidad
- 19.1.3. Mantenibilidad

19.2. Modelos de datos
- 19.2.1. Modelo relacional
- 19.2.2. Modelo documental
- 19.2.3. Modelo de datos tipo grafo

19.3. Bases de datos. Gestión del almacenamiento y recuperación de datos
- 19.3.1. Índices *hash*
- 19.3.2. Almacenamiento estructurado en *log*
- 19.3.3. Árboles - B

19.4. Formatos de codificación de datos
- 19.4.1. Formatos específicos del lenguaje
- 19.4.2. Formatos estandarizados
- 19.4.3. Formatos de codificación binarios
- 19.4.4. Flujo de datos entre procesos

19.5. Replicación
- 19.5.1. Objetivos de la replicación
- 19.5.2. Modelos de replicación
- 19.5.3. Problemas con la replicación

19.6. Transacciones distribuidas
- 19.6.1. Transacción
- 19.6.2. Protocolos para transacciones distribuidas
- 19.6.3. Transacciones serializables

19.7. Particionado
- 19.7.1. Formas de particionado
- 19.7.2. Interacción de índice secundarios y particionado
- 19.7.3. Rebalanceo de particiones

19.8. Procesamiento de datos *offline*
- 19.8.1. Procesamiento por lotes
- 19.8.2. Sistemas de ficheros distribuidos
- 19.8.3. *MapReduce*

19.9. Procesamiento de datos en tiempo real
- 19.9.1. Tipos de *broker* de mensajes
- 19.9.2. Representación de bases de datos como flujos de datos
- 19.9.3. Procesamiento de flujos de datos

19.10. Aplicaciones prácticas en la empresa
- 19.10.1. Consistencia en lecturas
- 19.10.2. Enfoque holístico de datos
- 19.10.3. Escalado de un servicio distribuido

Módulo 20. Aplicación práctica de la Ciencia de Datos en sectores de actividad empresarial

20.1. Sector sanitario
- 20.1.1. Implicaciones de la Inteligencia Artificial y la analítica de datos en el sector sanitario
- 20.1.2. Oportunidades y desafíos

20.2. Riesgos y tendencias en sector sanitario
- 20.2.1. Uso en el sector sanitario
- 20.2.2. Riesgos potenciales relacionados con el uso de Inteligencia Artificial

20.3. Servicios financieros
- 20.3.1. Implicaciones de la Inteligencia Artificial y la analítica de datos en el sector de los servicios financieros
- 20.3.2. Uso en los servicios financieros
- 20.3.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de Inteligencia Artificial

20.4. Retail
- 20.4.1. Implicaciones de la Inteligencia Artificial y la analítica de datos en el sector del retail
- 20.4.2. Uso en el retail
- 20.4.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de Inteligencia Artificial

20.5. Industria 4.0
- 20.5.1. Implicaciones de la Inteligencia Artificial y la analítica de datos en la Industria 4.0
- 20.5.2. Uso en la Industria 4.0

20.6. Riesgos y tendencias en Industria 4.0
- 20.6.1. Riesgos potenciales relacionados con el uso de Inteligencia Artificial

20.7. Administración Pública
- 20.7.1. Implicaciones de la Inteligencia Artificial y la analítica de datos en la Administración Pública
- 20.7.2. Uso en la Administración Pública
- 20.7.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de Inteligencia Artificial

20.8. Educación
- 20.8.1. Implicaciones de la Inteligencia Artificial y la analítica de datos en la Educación
- 20.8.2. Riesgos potenciales relacionados con el uso de Inteligencia Artificial

20.9. Silvicultura y agricultura
- 20.9.1. Implicaciones de la Inteligencia Artificial y la analítica de datos en silvicultura y agricultura
- 20.9.2. Uso en silvicultura y agricultura
- 20.9.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de Inteligencia Artificial

20.10. Recursos Humanos
- 20.10.1. Implicaciones de la Inteligencia Artificial y la analítica de datos en la gestión de Recursos Humanos
- 20.10.2. Aplicaciones prácticas en el mundo empresarial
- 20.10.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de Inteligencia Artificial

04

Objetivos docentes

El principal objetivo de este programa universitario es dotar a los profesionales de conocimientos avanzados en gestión de datos y análisis predictivo, facilitando el liderazgo de estrategias basadas en datos en entornos empresariales complejos. De este modo, desarrollarán la capacidad para diseñar e implementar soluciones innovadoras, liderar equipos multidisciplinares y alinear las iniciativas de ciencia de datos con los objetivos estratégicos de la organización. Con ello, se garantizará una toma de decisiones informada y efectiva.

Ejecutarás proyectos de Ciencia de Datos empleando metodologías ágiles para asegurar el cumplimiento de los plazos y objetivos"

Objetivos generales

- Desarrollar habilidades para gestionar equipos de *Data Science* en entornos corporativos
- Aplicar modelos estadísticos y algoritmos de *Machine Learning* para la toma de decisiones estratégicas
- Gestionar la implementación de proyectos de *Data Science* alineados con los objetivos empresariales
- Desarrollar competencias en la interpretación de grandes volúmenes de datos para obtener *insights* clave
- Aplicar técnicas avanzadas de análisis predictivo para prever tendencias del mercado
- Gestionar la integración de soluciones de *Data Science* en los procesos operativos de la empresa
- Desarrollar estrategias de gestión de datos para optimizar el rendimiento empresarial
- Aplicar herramientas de visualización de datos para facilitar la toma de decisiones a nivel ejecutivo
- Establecer políticas de calidad y gobernanza de datos para asegurar su integridad y fiabilidad
- Fomentar la colaboración entre departamentos para integrar el análisis de datos en todas las áreas de la empresa
- Desarrollar e implementar estrategias de optimización de recursos utilizando análisis de datos
- Gestionar la infraestructura tecnológica necesaria para la recopilación y procesamiento de datos
- Establecer métricas clave para evaluar el impacto de las iniciativas de *Data Science* en la empresa
- Aplicar técnicas de minería de datos para descubrir patrones y oportunidades de negocio
- Desarrollar competencias en la gestión de proyectos de *Data Science* a gran escala
- Mejorar la toma de decisiones estratégicas mediante el uso de inteligencia artificial y *Machine Learning*
- Gestionar la protección y privacidad de los datos conforme a las normativas legales vigentes
- Fomentar la cultura de análisis de datos en toda la organización para apoyar la innovación
- Aplicar técnicas de análisis de datos en tiempo real para mejorar la competitividad de la empresa
- Gestionar la transición de la empresa hacia una toma de decisiones basada en datos mediante la digitalización

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. 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 3. 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 4. Dirección económico-financiera

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

Módulo 5. 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 6. 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 7. 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 8. 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 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. *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 11. Analítica del dato en la organización empresarial

- Analizar el impacto de la analítica de datos en las decisiones empresariales, identificando su influencia en cada área funcional
- Implementar cuadros de mando y *KPIs* por departamento para evaluar el rendimiento empresarial
- Aplicar técnicas de análisis operativo, táctico y estratégico en distintos contextos organizacionales
- Desarrollar estrategias de optimización en áreas clave como *marketing*, ventas y atención al cliente

Módulo 12. Gestión, manipulación de datos e información para Ciencia de Datos

- Comprender los fundamentos estadísticos aplicados al análisis de datos, incluyendo variables, índices y ratios
- Analizar la tipología de datos cualitativos y cuantitativos, así como sus características
- Explorar medidas de centralización, dispersión y correlación para la interpretación de datos
- Implementar técnicas de visualización y personalización de gráficos con *R*

Módulo 13. Dispositivos y plataformas IoT como base para la Ciencia de Datos

- Analizar las implicaciones del *IoT* en entornos empresariales, incluyendo aplicaciones en ciudades inteligentes, salud y hogares inteligentes
- Evaluar el impacto del IoT en sectores como fabricación, transporte, energía y agricultura

Módulo 14. Representación gráfica para análisis de datos

- Implementar técnicas de análisis exploratorio mediante representaciones gráficas
- Utilizar herramientas de representación gráfica avanzadas y personalización con *R*

Módulo 15. Herramientas de Ciencia de Datos

- Dominar técnicas de análisis de datos, desde la recopilación hasta la interpretación
- Aplicar modelos supervisados y no supervisados para el análisis predictivo

Módulo 16. Minería de datos. Selección, preprocesamiento y transformación

- Implementar técnicas de inferencia estadística para identificar patrones relevantes en los datos
- Mitigar el impacto de valores perdidos y reducir el ruido en los conjuntos de datos

Módulo 17. Predictibilidad y análisis de fenómenos estocásticos

- Analizar series temporales aplicadas a fenómenos estocásticos
- Evaluar modelos predictivos como ARIMA y suavizado exponencial

Módulo 18. Diseño y desarrollo de sistemas inteligentes

- Desarrollar sistemas inteligentes basados en algoritmos de aprendizaje supervisado y no supervisado
- Implementar redes neuronales y técnicas de *Deep Learning*

Módulo 19. Arquitecturas y sistemas para uso intensivo de datos

- Diseñar arquitecturas de datos eficientes para gestionar grandes volúmenes de información
- Implementar sistemas distribuidos para el procesamiento de datos en tiempo real

Módulo 20. Aplicación práctica de la Ciencia de Datos en sectores de actividad empresarial

- Explorar el impacto de la inteligencia artificial y la analítica de datos en sectores como servicios financieros, retail e Industria 4.0
- Analizar los riesgos asociados a la implementación de tecnologías basadas en IA en diferentes sectores

Impulsarás tu especialización en Data Science Management desde un solo clic, accediendo a metodologías innovadoras, un temario actualizado y materiales multimedia que te prepararán para liderar con solvencia el área"

05

Salidas profesionales

Al finalizar este Grand Master, los profesionales dominarán estrategias avanzadas de gestión de datos y análisis predictivo. Asimismo, serán capaces de diseñar e implementar soluciones basadas en datos que optimicen la toma de decisiones empresariales. También liderarán equipos de ciencia de datos, impulsarán la eficiencia organizacional y podrán acceder a cargos estratégicos como *Chief Data Officer (CDO)*. Esta especialización abre oportunidades clave en los sectores tecnológico y empresarial.

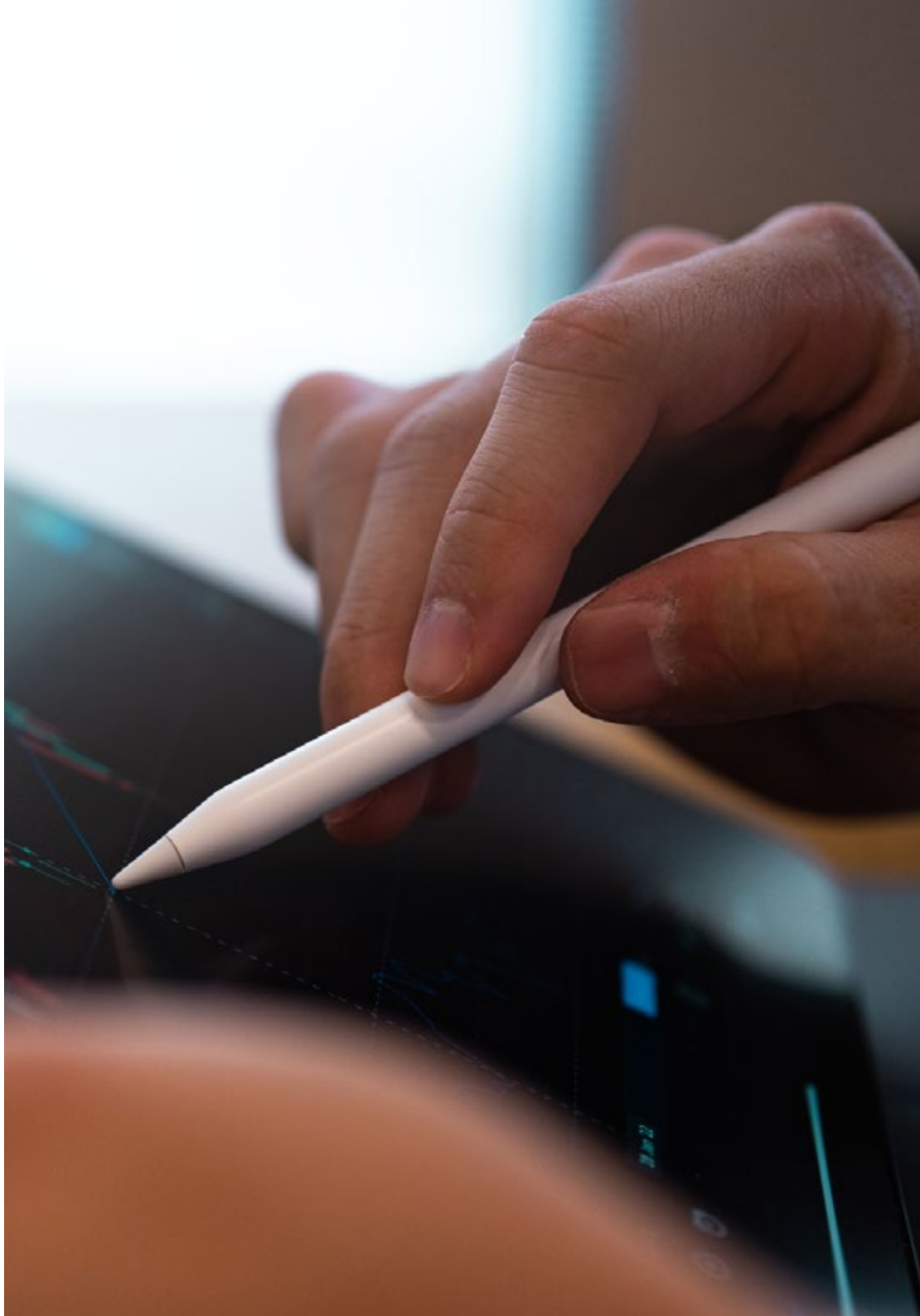
Asumirás responsabilidades clave en proyectos de Transformación Digital basada en Datos, contribuyendo a la modernización de procesos y al fortalecimiento de la estrategia tecnológica de tu organización"

Perfil del egresado

El egresado del Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer) es un profesional altamente capacitado para gestionar y analizar grandes volúmenes de datos mediante técnicas avanzadas de análisis y *Machine Learning* será parte de su labor diaria. Aplicará estrategias de gestión de datos, herramientas tecnológicas y metodologías ágiles para optimizar la toma de decisiones empresariales. Liderará equipos multidisciplinarios, diseñará soluciones innovadoras y conectará la tecnología con los objetivos estratégicos de la organización para impulsar una cultura orientada a los datos y al crecimiento sostenible.

> *Mantendrás la arquitectura de Datos de las organizaciones, garantizando que soporte las necesidades actuales de grandes volúmenes de información.*

- **Capacidad de Comunicación Eficaz:** los profesionales desarrollan habilidades para comunicar de manera clara y persuasiva conceptos complejos de ciencia de datos a audiencias diversas, incluyendo equipos técnicos y ejecutivos no técnicos
- **Liderazgo y Gestión de Equipos:** desarrollan la habilidad para liderar y motivar equipos multidisciplinarios de científicos de datos, analistas y otros profesionales. Esto implica fomentar un entorno colaborativo, delegar responsabilidades adecuadamente y guiar al equipo hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización
- **Gestión de Proyectos:** adquieren competencias en la planificación, ejecución y supervisión de proyectos de ciencia de datos, asegurando el cumplimiento de plazos, presupuestos y estándares de calidad
- **Pensamiento Crítico y Resolución de Problemas:** desarrollan la capacidad de aplicar el pensamiento crítico y analítico para identificar, analizar y resolver problemas complejos relacionados con la gestión y el uso de datos



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

1. ***Chief Data Science Officer:*** líder de la estrategia de ciencia de datos de la empresa, supervisando la implementación de proyectos de análisis avanzado, inteligencia artificial y *Machine Learning* para impulsar la innovación.
2. **Director de Análisis de Datos:** coordinador de los equipos de análisis de datos, asegurando la correcta recopilación, interpretación y utilización de grandes volúmenes de datos para mejorar los procesos empresariales.
3. **Gerente de Ciencia de Datos:** supervisor de proyectos de ciencia de datos, gestionando equipos de científicos de datos y analistas para desarrollar modelos predictivos, algoritmos y soluciones analíticas que respondan a las necesidades del negocio.
4. **Director de Inteligencia de Negocios:** gestor de las herramientas de inteligencia de negocios, facilitando la visualización y el análisis de datos para apoyar la toma de decisiones estratégicas en la organización.
5. **Consultor de Estrategia de Datos:** asesor en empresas para la creación e implementación de estrategias de gestión y aprovechamiento de datos, ayudando a alinear las iniciativas de ciencia de datos con los objetivos empresariales y maximizando el retorno de inversión en proyectos analíticos.
6. **Gerente de Producto de Datos:** gestor del desarrollo y la mejora de productos basados en datos, trabajando en la intersección entre las necesidades del mercado, las capacidades técnicas y las estrategias de negocio para ofrecer soluciones innovadoras.
7. **Director de Gobernanza de Datos:** encargado de establecer y mantener las políticas de gestión de datos, asegurando la calidad, seguridad y cumplimiento normativo de los datos utilizados por la organización.
8. **Jefe de Operaciones de Datos:** supervisor de las operaciones diarias relacionadas con la gestión y el procesamiento de datos, garantizando la eficiencia, la escalabilidad y la fiabilidad de las infraestructuras de datos de la empresa.
9. **Director de Transformación Digital basada en Datos:** responsable de la transformación digital de la empresa mediante el uso estratégico de datos, integrando tecnologías emergentes y prácticas de análisis de datos para modernizar procesos y fomentar una cultura orientada a los datos.
10. **Especialista en Visualización de Datos:** diseñador de visualizaciones efectivas de datos, facilitando la comprensión y comunicación de información compleja a través de *dashboards* interactivos y reportes visuales que apoyen la toma de decisiones.

> *Supervisarás las operaciones diarias relacionadas con el procesamiento de Datos, garantizando la escalabilidad y fiabilidad de las infraestructuras”*

06

Licencias de software incluidas

TECH es referencia en el mundo universitario por combinar la última tecnología con las metodologías docentes para potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para ello, ha establecido una red de alianzas que le permite tener acceso a las herramientas de software más avanzadas del mundo profesional.

Al matricularte recibirás, de forma completamente gratuita, las credenciales de uso académico de las siguientes aplicaciones de software profesional"

TECH ha establecido una red de alianzas profesionales en la que se encuentran los principales proveedores de software aplicado a las diferentes áreas profesionales. Estas alianzas permiten a TECH tener acceso al uso de centenares de aplicaciones informáticas y licencias de software para acercarlas a sus estudiantes.

Las licencias de software para uso académico permitirán a los estudiantes utilizar las aplicaciones informáticas más avanzadas en su área profesional, de modo que podrán conocerlas y aprender su dominio sin tener que incurrir en costes. TECH se hará cargo del procedimiento de contratación para que los alumnos puedan utilizarlas de modo ilimitado durante el tiempo que estén estudiando el programa de Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer), y además lo podrán hacer de forma completamente gratuita.

TECH te dará acceso gratuito al uso de las siguientes aplicaciones de software:

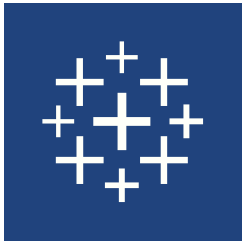


Tableau Desktop

Durante este programa universitario, los egresados tienen acceso a **Tableau Desktop**, una herramienta de visualización de datos interactiva ampliamente utilizada en entornos profesionales. Esta solución se ofrece **sin coste adicional** y permite representar información compleja mediante gráficos dinámicos, claros y funcionales.

Esta plataforma está diseñada para transformar grandes volúmenes de datos en visualizaciones comprensibles, facilitando el análisis y la toma de decisiones. Gracias a su entorno visual e intuitivo, permite crear *dashboards* personalizados que se adaptan a distintas necesidades y sectores laborales.

Funciones destacadas:

- **Conexión directa con múltiples fuentes:** desde hojas de cálculo hasta bases de datos en la nube
- **Paneles interactivos:** visualizaciones dinámicas con filtros y segmentaciones personalizadas
- **Publicación en la web:** compartir *dashboards* a través de Tableau Public o Tableau Server
- **Automatización de informes:** actualizaciones programadas con datos en tiempo real
- **Integración con lenguajes de análisis:** uso combinado con Python y R dentro del entorno

En definitiva, acceder **sin coste** a **Tableau Desktop** representa una oportunidad clave para dominar herramientas visuales esenciales en la práctica profesional.

Tableau Prep Builder

Tableau Prep Builder es una herramienta diseñada para simplificar la preparación de datos en entornos empresariales y académicos. Durante este programa universitario, los alumnos tendrán **acceso gratuito** a su versión completa, lo que permite explorar y transformar datos sin necesidad de programación **ni costes adicionales**.

Esta Licencia ofrece una experiencia visual e interactiva que agiliza la limpieza, combinación y organización de grandes volúmenes de datos. Su entorno basado en flujos facilita la comprensión del proceso, mientras que su integración con Tableau Desktop permite una transición fluida hacia la creación de dashboards y visualizaciones avanzadas.

Funciones destacadas:

- **Preparación visual de datos:** limpieza, unión y transformación intuitiva
- **Conexión a múltiples fuentes:** hojas de cálculo, bases de datos y servicios en la nube
- **Vista en tiempo real:** seguimiento inmediato de cada cambio aplicado
- **Integración con Tableau:** exportación directa a dashboards y análisis
- **Automatización de flujos:** ejecución programada para tareas recurrentes

En conclusión, **Tableau Prep Builder** ofrece una solución potente y accesible para optimizar el tratamiento de datos, mejorando la eficiencia analítica sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.

Google Career Launchpad

Google Career Launchpad es una solución para desarrollar habilidades digitales en tecnología y análisis de datos. Con un valor estimado de **5.000 dólares**, se incluye de forma **gratuita** en el programa universitario de TECH, brindando acceso a laboratorios interactivos y certificaciones reconocidas en el sector.

Esta plataforma combina capacitación técnica con casos prácticos, usando tecnologías como BigQuery y Google AI. Ofrece entornos simulados para experimentar con datos reales, junto a una red de expertos para orientación personalizada.

Funcionalidades destacadas:

- **Cursos especializados:** contenido actualizado en cloud computing, machine learning y análisis de datos
- **Laboratorios en vivo:** prácticas con herramientas reales de Google Cloud sin configuración adicional
- **Certificaciones integradas:** preparación para exámenes oficiales con validez internacional
- **Mentorías profesionales:** sesiones con expertos de Google y partners tecnológicos
- **Proyectos colaborativos:** retos basados en problemas reales de empresas líderes

En conclusión, **Google Career Launchpad** conecta a los usuarios con las últimas tecnologías del mercado, facilitando su inserción en áreas como inteligencia artificial y ciencia de datos con credenciales respaldadas por la industria.

07

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 valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

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

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

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

Material de estudio

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

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

Prácticas de habilidades y competencias

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

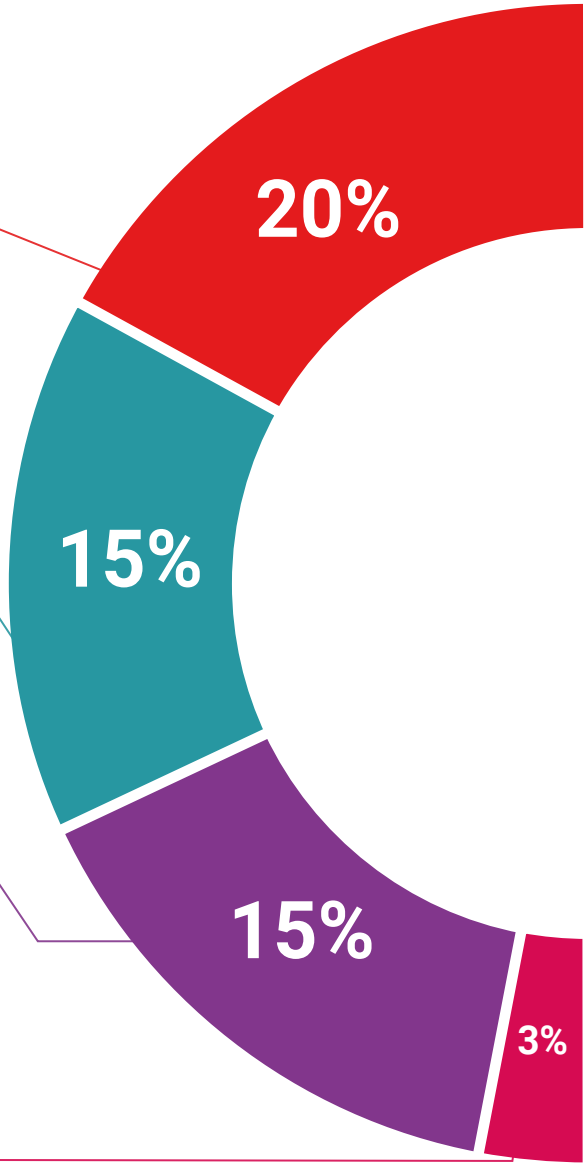
Resúmenes interactivos

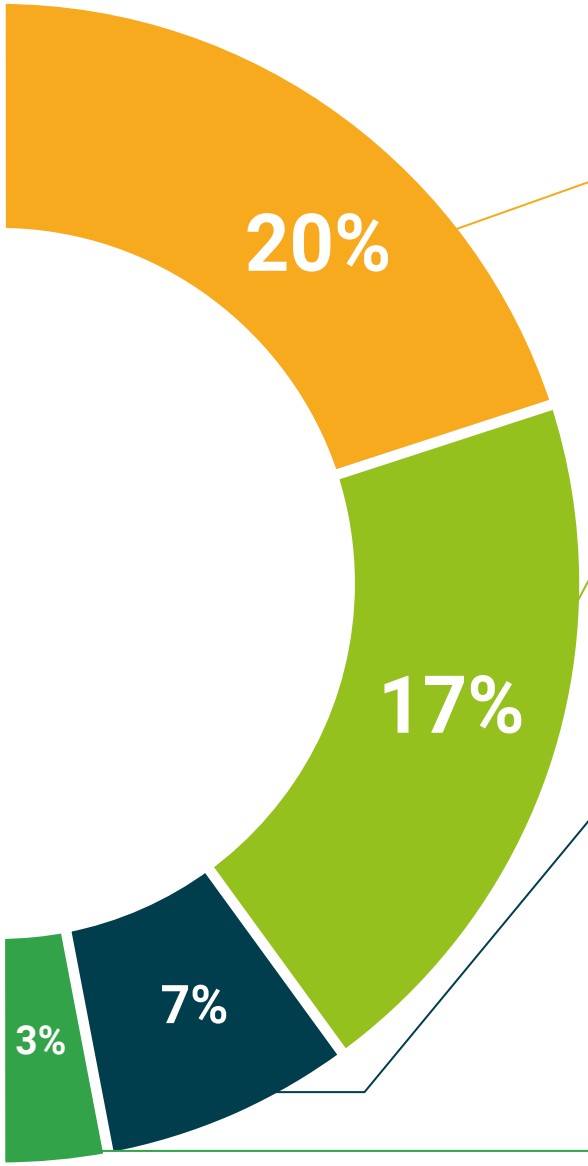
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Lecturas complementarias

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





Case Studies

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

Testing & Retesting

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

Clases magistrales

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

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

Guías rápidas de actuación

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

08

Cuadro docente

Fiel a su filosofía de ofrecer programas universitarios integrales y actualizados dentro del panorama académico, TECH Universidad FUNDEPOS realiza un minucioso proceso para conformar su claustro docente. Gracias a este esfuerzo, para la impartición de este Grand Master ha reunido a los mejores especialistas en el campo del *Data Science Management*. De esta forma, han elaborado materiales didácticos caracterizados por su alta calidad y aplicabilidad a las exigencias del mercado laboral actual. Con esta experiencia inmersiva, los egresados adquirirán habilidades clave que impulsarán su desarrollo profesional.

Contarás con el respaldo de un equipo docente especializado en Data Science Management que te acompañará y resolverá tus dudas a lo largo del programa universitario”

Director Invitado Internacional

El Doctor Tom Flowerdew es una figura destacada internacionalmente en el campo de la **ciencia de datos**. Así, se ha desempeñado como **Vicepresidente** de **Ciencia de Datos** en **MasterCard**, en **Londres**. En este rol, ha sido responsable de la preparación, operación y estrategia de un equipo consolidado en este ámbito, con la misión de apoyar un portafolio de **productos innovadores en pagos**, luchar contra el **lavado de dinero (AML)** y analizar casos de uso de **criptomonedas**.

Asimismo, ha sido **Director** de **Ciencia de Datos** en **Soluciones de Ciberinteligencia**, también en **MasterCard**, donde ha liderado la integración de datos para respaldar productos revolucionarios basados en **criptomonedas**. De hecho, su capacidad para manejar **datos** complejos y desarrollar **soluciones avanzadas** ha sido fundamental para el éxito de múltiples proyectos en el ámbito de la **ciberseguridad** y las **finanzas**.

Igualmente, para la empresa **Featurespace**, ha ocupado varios roles cruciales, incluyendo el de **Jefe** de **Entrega de Productos Estandarizados**, en **Cambridge**, liderando un equipo y un proyecto de transformación que ha reducido el tiempo y esfuerzo de entrega en más del 75%. Además, como **Director** de **Entrega**, en la sede de **Estados Unidos**, ha gestionado todas las funciones de entrega de la empresa en **América del Norte**, mejorando significativamente la **eficiencia operativa** y fortaleciendo las relaciones con los **clientes**.

Adicionalmente, el Doctor Tom Flowerdew ha demostrado su habilidad para construir y liderar equipos de alto rendimiento a lo largo de su carrera, destacando su rol como **Científico de Datos**, tanto en **Atlanta**, donde ha reclutado y gestionado un grupo de experto en el campo, como en **Cambridge**. De este modo, su enfoque en la **innovación** y la **resolución de problemas** ha dejado una marca indeleble en las organizaciones donde ha trabajado, consolidándose como un **líder influyente** en el ámbito de la **ciencia de datos**.

Dr. Flowerdew, Tom

- Vicepresidente de Ciencia de Datos en MasterCard, Londres, Reino Unido
- Director de Ciencia de Datos, en Soluciones de Ciberinteligencia, en MasterCard, Londres
- Jefe de Entrega de Productos Estandarizados en Featurespace, Cambridge
- Director de Entrega, para Estados Unidos, en Featurespace, Cambridge
- Científico de Datos en Featurespace, Atlanta, Georgia, Estados Unidos
- Científico de Datos en Featurespace, Cambridge
- Investigador en Estadística e Investigación Operativa en la Universidad de Lancaster
- Doctor en Investigación de Operaciones por la Universidad de Lancaster
- Graduado en Ingeniería de Sistemas por BAE Systems
- Licenciado en Matemáticas por la Universidad de York

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

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

D. Gauthier, Rick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arman, Romi

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arens, Manuel

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

D. La Sala, Andrea

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Gram, Mick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Stevenson, Scott

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

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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

Dña. Thole-Muir, Wendy

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

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

Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO y CTO en Prometeus Global Solutions
- CTO en Korporate Technologies
- CTO en AI Shepherds GmbH
- Consultor y Asesor Estratégico Empresarial en Alliance Medical
- Director de Diseño y Desarrollo en DocPath
- Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela
- Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Máster en Executive MBA por la Universidad Isabel I
- Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Isabel I
- Máster Experto en Big Data por Formación Hadoop
- Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Miembro de: Grupo de Investigación SMILE

Profesores

D. Peris Morillo, Luis Javier

- Technical Lead de Capitole Consulting para Inditex
- Senior Technical Lead y Delivery Lead Support en HCL Technologies
- Redactor técnico en Baeldung
- Agile Coach y director de Operaciones en Mirai Advisory
- Desarrollador, Team Lead, Scrum Master, Agile Coach y Product Manager en DocPath
- Tecnólogo en ARCO
- Graduado en Ingeniería Superior en Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Posgraduado en Gestión de proyectos por la CEOE

Dña. Fernández Meléndez, Galina

- Especialista en Big Data
- Analista de Datos en Aresi Gestión de Fincas
- Analista de Datos en ADN Mobile Solution
- Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad Bicentenaria de Aragua. Caracas, Venezuela
- Diplomada en Planificación y Finanzas Públicas por la Escuela Venezolana de Planificación
- Máster en Análisis de Datos e Inteligencia de Negocio por la Universidad de Oviedo
- MBA en Administración y Dirección de Empresas por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona
- Máster en Big Data y Business Intelligence por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona

D. Montoro Montarroso, Andrés

- Investigador en el grupo SMILe de la Universidad de Castilla-La Mancha
- Investigador en la Universidad de Granada
- Científico de Datos en Prometeus Global Solutions
- Vicepresidente y Software Developer en CireBits
- Doctorado en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Graduado en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Máster en Ciencia de Datos e Ingeniería de Computadores por la Universidad de Granada
- Profesor invitado en la asignatura de Sistemas Basados en el Conocimiento de la Escuela Superior de Informática de Ciudad Real, impartiendo la conferencia: *Técnicas Avanzadas de Inteligencia Artificial: Búsqueda y análisis de potenciales radicales en Medios Sociales*
- Profesor invitado en la asignatura de Minería de Datos de la Escuela Superior de Informática de Ciudad Real, impartiendo la conferencia: *Aplicaciones del Procesamiento de Lenguaje Natural: Lógica borrosa al análisis de mensajes en redes sociales*
- Ponente en el Seminario sobre Prevención de la Corrupción en Administraciones Públicas e Inteligencia Artificial de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo, impartiendo la conferencia: *Técnicas de Inteligencia Artificial*
- Ponente en el primer Seminario Internacional de Derecho Administrativo e Inteligencia Artificial (DAIA). Organizada por el Centro de Estudios Europeos Luis Ortega Álvarez y el Institut de Recerca TransJus. Conferencia titulada *Análisis de Sentimientos para la prevención de mensajes de odio en las redes sociales*

Dña. Pedrajas Parabás, Elena

- New Technologies and Digital Transformation Consultant en Management Solutions
- Investigadora en el Departamento de Informática y Análisis Numérico en la Universidad de Córdoba
- Investigadora en el Centro Singular de Investigación en Tecnologías Inteligentes en Santiago de Compostela
- Licenciada en Ingeniería Informática por la Universidad de Córdoba
- Máster en Ciencia de Datos e Ingeniería de Computadores por la Universidad de Granada
- Máster en Consultoría de Negocio por la Universidad Pontificia Comillas

D. Armero Fernández, Rafael

- Business Intelligence Consultant en SDG Group
- Digital Engineer en MI-GSO
- Logistic Engineer en Torrecid SA
- Quality Intern en INDRA
- Graduado en Ingeniería Aeroespacial por la Universidad Politécnica de Valencia
- Máster en Professional Development 4.0 por la Universidad de Alcalá

D. Tato Sánchez, Rafael

- Director Técnico en Indra Sistemas SA
- Ingeniero de Sistemas en ENA TRÁFICO SAU
- Máster en Industria 4.0. por la Universidad en Internet
- Máster en Ingeniería Industrial por la Universidad Europea
- Grado en Ingeniería en Electrónica Industrial y Automática por la Universidad Europea
- Ingeniero Técnico Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid

Dña. Martínez Cerrato, Yésica

- Responsable de Capacitaciones Técnicas en Securitas Seguridad España
- Especialista en Educación, Negocios y Marketing
- *Product Manager* en Seguridad Electrónica en Securitas Seguridad España
- Analista de Inteligencia Empresarial en Ricopia Technologies
- Técnico Informático y Responsable de Aulas informáticas OTEC en la Universidad de Alcalá de Henares
- Colaboradora en la Asociación ASALUMA
- Grado en Ingeniería Electrónica de Comunicaciones en la Escuela Politécnica Superior, Universidad de Alcalá de Henares

Dña. Rissanen, Karoliina

- Especialista en Adquisición de Talento EMEA en Hexagon Manufacturing Intelligence
- Especialista de Recursos Humanos en Oy Sinebrychoff Ab, Carlsberg Group
- Subdirectora de Personas, Desempeño y Desarrollo en IATA Global Delivery Center
- Gerente del Servicio de Atención al Cliente en IATA Global Delivery Center
- Diplomatura en Turismo por la Universidad Haaga-Helia
- Grado en Recursos Humanos y Relaciones Laborales por la UNIR
- Máster en la Protocolo y Relaciones Externas por la Universidad Camilo José Cela
- Diploma en Gestión de Recursos Humanos por el Chartered Institute of Personnel and Development
- Instructora por la International Air Transport Association

09

Titulación

El Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Grand Master, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.

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

El programa del **Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

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

Aval/Membresía

BUSINESS GRADUATES ASSOCIATION MEMBER

Título: **Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**

tech global university

D/Dña _____ con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)

Se trata de un título propio de 3.600 horas de duración equivalente a 120 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

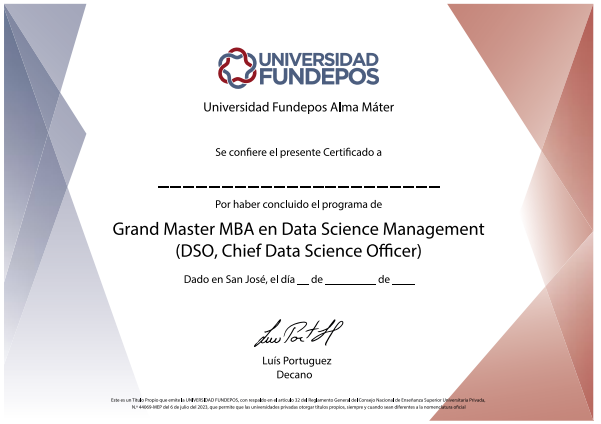
Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	6	OB
1º	Dirección estratégica y Management Directivo	6	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	6	OB
1º	Dirección económico-financiera	6	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	6	OB
1º	Dirección de sistemas de información	6	OB
1º	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa	6	OB
1º	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial	6	OB
1º	Innovación y Dirección de Proyectos	6	OB
1º	Management Directivo	6	OB
2º	Analítica del dato en la organización empresarial	6	OB
2º	Gestión, Manipulación de Datos e Información para Ciencia de Datos	6	OB
2º	Dispositivos y Plataformas IoT como Base para la Ciencia de Datos	6	OB
2º	Representación gráfica para análisis de datos	6	OB
2º	Herramientas de Ciencia de Datos	6	OB
2º	Minería de Datos. Selección, preprocesamiento y transformación	6	OB
2º	Predictibilidad y análisis de fenómenos estocásticos	6	OB
2º	Diseño y desarrollo de sistemas inteligentes	6	OB
2º	Arquitecturas y sistemas para uso intensivo de datos	6	OB
2º	Aplicación práctica de la Ciencia de Datos en sectores de actividad empresarial	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university


UNIVERSIDAD FUNDEPOS

Universidad Fundepos Alma Máter

Se confiere el presente Certificado a

_____

Por haber concluido el programa de

Grand Master MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)

Dado en San José, el día __ de _____ de ____

Luís Portuguez
Decano

*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Global University recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad FUNDEPOS

Grand Master

MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)

- Modalidad: **online**
- Duración: **2 años**
- Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- Acreditación: **120 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Grand Master

MBA en Data Science Management (DSO, Chief Data Science Officer)

Aval/Membresía

tech universidad FUNDEPOS