

# Grand Master

## Alta Dirección en IT

**G M A D I T**



**tech** universidad  
tecnológica

## Grand Master Alta Dirección en IT

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-it](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-it)

# Índice

01

Bienvenida

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 6*

03

¿Por qué nuestro programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competencias

---

*pág. 22*

06

Estructura y contenido

---

*pág. 30*

07

Metodología

---

*pág. 50*

08

Perfil de nuestros alumnos

---

*pág. 58*

09

Dirección del curso

---

*pág. 62*

10

Impacto para tu carrera

---

*pág. 68*

11

Beneficios para tu empresa

---

*pág. 72*

12

Titulación

---

*pág. 76*

# 01 Bienvenida

La Alta Dirección en el ámbito de Tecnologías de la Información (IT) es un rol estratégico, en el que se tiene la oportunidad de influir en la dirección y el crecimiento de la empresa, participando en la toma de decisiones clave relacionadas con la tecnología. Además, se adquiere una visión integral de la empresa, lo que permite comprender mejor cómo las soluciones tecnológicas pueden alinearse con los objetivos comerciales y contribuir al éxito global de la organización. La Alta Dirección en IT proporciona la plataforma ideal para liderar equipos altamente capacitados, fomentar la innovación y la eficiencia operativa, así como gestionar los recursos tecnológicos de manera estratégica. Por ello, TECH ha implementado este exhaustivo programa completamente online que posibilita que los egresados accedan hasta 3 títulos universitarios si cumplen con los requisitos necesarios.



**Grand Master en Alta Dirección en IT**  
**TECH Universidad Tecnológica**



*Este programa 100% online de TECH te brindará la oportunidad de mantenerse al tanto de las tendencias y avances tecnológicos, enriqueciendo tu desarrollo profesional”*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

*Nuestra propuesta de valor está moviendo los cimientos de las escuelas de negocio tradicionales. Te ofrecemos la mejor especialización al mejor precio”*

## En TECH Universidad Tecnológica



### Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.



### Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

**95%**

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



### Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

**+100.000**

directivos capacitados cada año

**+200**

nacionalidades distintas



### Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

**+500**

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



### Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



### Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.





TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



### Análisis

---

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



### Excelencia académica

---

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



### Economía de escala

---

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



### Aprende con los mejores

---

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



*En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico*

03

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

*Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”*

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

### **Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno**

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

*El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.*

02

### **Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa**

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

*Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.*

03

### **Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial**

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

*Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.*

04

### **Asumir nuevas responsabilidades**

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

*El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.*

05

### Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

*Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.*

06

### Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

*El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.*

07

### Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

*Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.*

08

### Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

*Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.*

# 04 Objetivos

Este programa tiene como objetivo principal empoderar a los profesionales de IT con las habilidades gerenciales necesarias para enfrentar los desafíos del mundo empresarial actual. A través de un enfoque integral, se buscará perfeccionar la capacidad para diseñar y ejecutar estrategias tecnológicas, que impulsen la innovación y la competitividad organizacional. Al finalizar la titulación, los egresados no solo habrán ampliado sus conocimientos técnicos, sino que también habrán desarrollado una visión global y estratégica para liderar equipos de manera efectiva, en un entorno empresarial cada vez más dinámico.



“

*Alcanzarás tus objetivos gracias  
a la realización de este programa  
de alto nivel académico”*

## TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos

### Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El Grand Master en Alta Dirección en IT capacitará al alumno para:

01

Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección

02

Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo

03

Ahondar en los criterios de sostenibilidad, marcados por los estándares internacionales, a la hora de desarrollar un plan de negocio

04

Fomentar la creación de estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

05

Diferenciar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial





06

Trabajar de una forma más efectiva, más ágil y más alineado con las nuevas tecnologías y herramientas actuales

08

Delimitar la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa



07

Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial

09

Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad

10

Esclarecer el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios

11

Ser capaz de gestionar el plan económico y financiero de la empresa

14

Realizar la estrategia de Marketing que permita dar a conocer el producto a los clientes potenciales y generar una imagen adecuada de la empresa

12

Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas

13

Aplicar las Tecnologías de la Información y la Comunicación a las diferentes áreas de la empresa

15

Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución y seguimiento



16

Crear estrategias innovadoras acordes con los diferentes proyectos

18

Proponer un modelo dinámico de empresa que apoye su crecimiento en los recursos intangibles

19

Evaluar la situación, posicionamiento y madurez de las tecnologías de la información en entornos empresariales

17

Establecer las pautas adecuadas para la adaptación de la empresa a la sociedad del cambio

20

Desarrollar capacidades directivas y conocimientos necesarios para el liderazgo tecnológico en la organización



21

Adoptar modelos de gobierno estratégico de Tecnologías de la Información integrados y armonizados en la estrategia y gestión corporativas

24

Analizar el entorno social y económico que rodea la gestión de las TIC y la innovación

22

Implementar métodos para sistematizar los procesos de innovación tecnológica vinculados a las necesidades de la empresa



23

Desarrollar las actividades de gestión propias de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y de los entornos de I+D+i

25

Aplicar el marco ético, legislativo y deontológico de los profesionales de las TIC y de la gestión de las TIC

26

Desarrollar metodologías de gestión de proyectos IT controlando la calidad del proceso y producto

28

Proponer un modelo dinámico de empresa que apoye su crecimiento en los recursos intangibles

29

Apostar por el I+D+i como elemento esencial para desarrollar nuevos proyectos

27

Realizar una correcta gestión de equipos que posibilite un mayor rendimiento por parte del personal y, por tanto, mayores beneficios para la empresa

30

Comprender la importancia de los *Social Media* como herramienta esencial para las campañas de Marketing y publicidad de las compañías



# 05

# Competencias

Los empresarios emergerán de esta titulación académica con la capacidad de diseñar y ejecutar soluciones tecnológicas innovadoras, que no solo satisfacen las demandas actuales, sino que anticipan las futuras. De esta forma, se fomentará el pensamiento crítico, la toma de decisiones informada y la habilidad para gestionar proyectos de gran envergadura con eficiencia. Así, los profesionales se convertirán en expertos técnicos y líderes visionarios, capaces de navegar con éxito por el complejo panorama de la Alta Dirección en IT.





“

*Desarrollarás las destrezas y habilidades precisas para gestionar con éxito las Tecnologías de la Información”*

01

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

02

Aplicar las metodologías de gestión *Lean*

03

Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa

04

Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

05

Manejar herramientas y métodos para la manipulación y mejor utilización del dato, para la entrega de resultados comprensibles para el receptor final





06

Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía

08

Implementar las claves para que la gestión del I+D+i tenga éxito en las organizaciones

09

Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa

07

Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información

10

Elaborar y liderar planes de marketing



11

Desarrollar métricas de consecución de objetivos asociadas a una estrategia de marketing digital y analizarlas en cuadros de mandos digitales

12

Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa

13

Liderar los diferentes proyectos de la empresa, a partir de definir cuando priorizar y retrasar su desarrollo dentro de una organización

14

Apostar por el desarrollo sostenible de la compañía, evitando impactos medioambientales



15

Utilizar las nuevas tendencias digitales en el marco del desarrollo de los nuevos productos

16

Llevar a cabo el liderazgo de una compañía especializada en proyectos IT, poniendo el foco en la gestión de equipos y de proyectos

18

Realizar una correcta planificación estratégica que permita lograr los objetivos de la empresa

19

Aplicar los principios básicos del *Lean Management*

17

Aplicar en la empresa los sistemas y tecnologías de la información más adecuados

20

Conocer la importancia de las auditorías y las certificaciones en I+D+i



21

Buscar y desarrollar una experiencia de usuario óptima a través de las tecnologías de la información

22

Aplicar los social media en el desarrollo de la compañía





23

Tener un amplio conocimiento sobre *Big Data*

24

Aplicar una estrategia adecuada para el desarrollo adecuado de una empresa digital

06

# Estructura y contenido

El Grand Master Alta Dirección en IT es un programa diseñado a la medida del empresario y que se imparte en formato 100% online, de forma que puedan elegir el momento y lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses. Así, se trata de un programa que se desarrolla a lo largo de 24 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante, sentando las bases para el éxito como directivo y emprendedor.



“

*Un completísimo temario que será fundamental para aumentar tu competitividad en la gestión empresarial, enfocándote en las Tecnologías de la Información (IT)”*

## Plan de estudios

El Grand Master Alta Dirección en IT de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, aplicadas a la gestión de organizaciones y de las Tecnologías de la Información. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 3.000 horas de estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje de gran calidad que podrá aplicar, posteriormente, a su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad las principales áreas de la empresa y las Tecnologías de la Información, diseñado para que los directivos entiendan la gestión empresarial desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para los alumnos, enfocado a su mejora profesional y que les prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección de empresas dedicadas a las IT. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 24 meses y se divide en 20 módulos:

<b>Módulo 1</b>	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
<b>Módulo 2</b>	Dirección estratégica y <i>Management</i> Directivo
<b>Módulo 3</b>	Dirección de personas y gestión del talento
<b>Módulo 4</b>	Dirección económico-financiera
<b>Módulo 5</b>	Dirección de operaciones y logística
<b>Módulo 6</b>	Dirección de sistemas de información
<b>Módulo 7</b>	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa
<b>Módulo 8</b>	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial
<b>Módulo 9</b>	Innovación y Dirección de Proyectos
<b>Módulo 10</b>	<i>Management</i> Directivo



<b>Módulo 11</b>	Gestión del talento y habilidades directivas
<b>Módulo 12</b>	Dirección tecnológica
<b>Módulo 13</b>	Planificación estratégica y gestión de proyectos IT
<b>Módulo 14</b>	Gestión de la innovación
<b>Módulo 15</b>	Sistemas de seguridad de la información
<b>Módulo 16</b>	Nuevas tendencias digitales
<b>Módulo 17</b>	Estrategia de negocio digital
<b>Módulo 18</b>	<i>Social Media y Community Management</i>
<b>Módulo 19</b>	<i>Data Science and Big Data</i>
<b>Módulo 20</b>	Diseño web, usabilidad y experiencia de usuario

### ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Grand Master en Alta Dirección en IT de manera totalmente online. Durante los 24 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

*Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.*

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

### 1.1. Globalización y Gobernanza

- 1.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
- 1.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
- 1.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

### 1.2. Liderazgo

- 1.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
- 1.2.2. Liderazgo en las empresas
- 1.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas

### 1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 1.3.3. Gestión de la Diversidad

### 1.4. Desarrollo directivo y liderazgo

- 1.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
- 1.4.2. Concepto de Liderazgo
- 1.4.3. Teorías del Liderazgo
- 1.4.4. Estilos de Liderazgo
- 1.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
- 1.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

### 1.5. Ética empresarial

- 1.5.1. Ética y Moral
- 1.5.2. Ética Empresarial
- 1.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

### 1.6. Sostenibilidad

- 1.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Las empresas sostenibles

### 1.7. Responsabilidad Social de la Empresa

- 1.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 1.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 1.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

### 1.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 1.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 1.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 1.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 1.8.4. Herramientas y estándares de la RSC

### 1.9. Multinationales y derechos humanos

- 1.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 1.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

### 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. Marco Conceptual
- 2.1.2. Factores clave en el diseño organizacional
- 2.1.3. Modelos básicos de organizaciones
- 2.1.4. Diseño organizacional: tipologías

**2.2. Estrategia Corporativa**

- 2.2.1. Estrategia corporativa competitiva
- 2.2.2. Estrategias de Crecimiento: tipologías
- 2.2.3. Marco conceptual

**2.3. Planificación y Formulación Estratégica**

- 2.3.1. Marco Conceptual
- 2.3.2. Elementos de la Planificación Estratégica
- 2.3.3. Formulación Estratégica: Proceso de la Planificación Estratégica

**2.4. Pensamiento estratégico**

- 2.4.1. La empresa como un sistema
- 2.4.2. Concepto de organización

**2.5. Diagnóstico Financiero**

- 2.5.1. Concepto de Diagnóstico Financiero
- 2.5.2. Etapas del Diagnóstico Financiero
- 2.5.3. Métodos de Evaluación para el Diagnóstico Financiero

**2.6. Planificación y Estrategia**

- 2.6.1. El Plan de una Estrategia
- 2.6.2. Posicionamiento Estratégico
- 2.6.3. La Estrategia en la Empresa

**2.7. Modelos y Patrones Estratégicos**

- 2.7.1. Marco Conceptual
- 2.7.2. Modelos Estratégicos
- 2.7.3. Patrones Estratégicos: Las Cinco P's de la Estrategia

**2.8. Estrategia Competitiva**

- 2.8.1. La Ventaja Competitiva
- 2.8.2. Elección de una Estrategia Competitiva
- 2.8.3. Estrategias según el Modelo del Reloj Estratégico
- 2.8.4. Tipos de Estrategias según el ciclo de vida del sector industrial

**2.9. Dirección Estratégica**

- 2.9.1. El concepto de Estrategia
- 2.9.2. El proceso de dirección estratégica
- 2.9.3. Enfoques de la dirección estratégica

**2.10. Implementación de la Estrategia**

- 2.10.1. Sistemas de Indicadores y Enfoque por Procesos
- 2.10.2. Mapa Estratégico
- 2.10.3. Alineamiento Estratégico

**2.11. Management Directivo**

- 2.11.1. Marco conceptual del Management Directivo
- 2.11.2. Management Directivo. El Rol del Consejo de Administración y herramientas de gestión corporativas

**2.12. Comunicación Estratégica**

- 2.12.1. Comunicación interpersonal
- 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 2.12.3. La comunicación interna
- 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

**Módulo 3.** Dirección de personas y gestión del talento

**3.1. Comportamiento Organizacional**

- 3.1.1. Comportamiento Organizacional. Marco Conceptual
- 3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional

**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. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 3.3.2. Dirección estratégica de personas

**3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada**

- 3.4.1. La importancia de RR.HH
- 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
- 3.4.3. Dirección estratégica de RR.HH

**3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RRHH**

- 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
- 3.5.2. El reclutamiento
- 3.5.3. El proceso de selección

**3.6. Gestión de recursos humanos por competencias**

- 3.6.1. Análisis del potencial
- 3.6.2. Política de retribución
- 3.6.3. Planes de carrera/sucesión

**3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño**

- 3.7.1. La gestión del rendimiento
- 3.7.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

**3.8. Gestión de la formación**

- 3.8.1. Las teorías del aprendizaje
- 3.8.2. Detección y retención del talento
- 3.8.3. Gamificación y la gestión del talento
- 3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional

**3.9. Gestión del talento**

- 3.9.1. Claves para la gestión positiva
- 3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa
- 3.9.3. Mapa del talento en la organización
- 3.9.4. Coste y valor añadido

**3.10. Innovación en gestión del talento y las personas**

- 3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 3.10.3. Fidelización y retención
- 3.10.4. Proactividad e innovación

**3.11. Motivación**

- 3.11.1. La naturaleza de la motivación
- 3.11.2. La teoría de las expectativas
- 3.11.3. Teorías de las necesidades
- 3.11.4. Motivación y compensación económica

**3.12. Employer Branding**

- 3.12.1. *Employer branding* en RR.HH
- 3.12.2. *Personal Branding* para profesionales de RR.HH

**3.13. Coaching**

- 3.13.1. Uso del *coaching* en el desarrollo de personas
- 3.13.2. Modelos y ámbitos de *Coaching*
- 3.13.3. Escuelas de *Coaching*
- 3.13.4. Acción y límites del coaching ejecutivo

**3.14. Desarrollo competencial directivo**

- 3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?
- 3.14.2. Elementos de las competencias
- 3.14.3. Conocimiento
- 3.14.4. Habilidades de dirección
- 3.14.5. Actitudes y valores en los directivos
- 3.14.6. Habilidades directivas

**3.15. Gestión del tiempo**

- 3.15.1. Beneficios
- 3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?
- 3.15.3. Tiempo
- 3.15.4. Las ilusiones del tiempo
- 3.15.5. Atención y memoria
- 3.15.6. Estado mental
- 3.15.7. Gestión del tiempo
- 3.15.8. Proactividad
- 3.15.9. Tener claro el objetivo
- 3.15.10. Orden
- 3.15.11. Planificación

**3.16. Gestión del cambio**

- 3.16.1. Gestión del cambio
- 3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

<p><b>3.17. Negociación y gestión de conflictos</b>          3.17.1 Negociación          3.17.2 Gestión de Conflictos          3.17.3 Gestión de Crisis</p>	<p><b>3.18. Comunicación directiva</b>          3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial          3.18.2. Departamentos de Comunicación          3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom</p>	<p><b>3.19. Gestión de Recursos Humano y equipos PRL</b>          3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos          3.19.2. Prevención de riesgos laborales</p>	<p><b>3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento</b>          3.20.1. La productividad          3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento</p>
<p><b>3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria</b>          3.21.1. Compensación monetaria vs. no monetaria          3.21.2. Modelos de bandas salariales          3.21.3. Modelos de compensación no monetaria          3.21.4. Modelo de trabajo          3.21.5. Comunidad corporativa          3.21.6. Imagen de la empresa          3.21.7. Salario emocional</p>	<p><b>3.22. Gestión de equipos y desempeño de personas</b>          3.22.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados          3.22.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño</p>	<p><b>3.23. Gestión del conocimiento y del talento</b>          3.23.1. Gestión del conocimiento y del talento          3.23.2. Implementación de la gestión del conocimiento</p>	<p><b>3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital</b>          3.24.1. El contexto socioeconómico          3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial          3.24.3. Nuevas metodologías</p>

**Módulo 4. Dirección económico-financiera**

<p><b>4.1. Entorno Económico</b>          4.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional          4.1.2. Instituciones financieras          4.1.3. Mercados financieros          4.1.4. Activos financieros          4.1.5. Otros entes del sector financiero</p>	<p><b>4.2. La financiación de la empresa</b>          4.2.1. Fuentes de financiación          4.2.2. Tipos de costes de financiación</p>	<p><b>4.3. Contabilidad Directiva</b>          4.3.1. Conceptos básicos          4.3.2. El Activo de la empresa          4.3.3. El Pasivo de la empresa          4.3.4. El Patrimonio Neto de la empresa          4.3.5. La Cuenta de Resultados</p>	<p><b>4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes</b>          4.4.1. Elementos del cálculo de costes          4.4.2. El gasto en contabilidad general y en contabilidad de costes          4.4.3. Clasificación de los costes</p>
<p><b>4.5. Sistemas de información y Business Intelligence</b>          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</p>	<p><b>4.6. Presupuesto y Control de Gestión</b>          4.6.1. El modelo presupuestario          4.6.2. El Presupuesto de Capital          4.6.3. La Presupuesto de Explotación          4.6.5. El Presupuesto de Tesorería          4.6.6. Seguimiento del Presupuesto</p>	<p><b>4.7. Gestión de tesorería</b>          4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario          4.7.2. Cálculo de Necesidades Operativas de Fondos          4.7.3. <i>Credit management</i></p>	<p><b>4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas</b>          4.8.1. Conceptos tributarios básicos          4.8.2. El impuesto de sociedades          4.8.3. El impuesto sobre el valor añadido          4.8.4. Otros impuestos relacionados con la actividad mercantil          4.8.5. La empresa como facilitador de la labor del Estado</p>

#### 4.9. Sistemas de control de las empresas

- 4.9.1. Análisis de los estados financieros
- 4.9.2. El Balance de la empresa
- 4.9.3. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 4.9.4. El Estado de Flujos de Efectivo
- 4.9.5. Análisis de Ratios

#### 4.10. Dirección Financiera

- 4.10.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 4.10.2. El departamento financiero
- 4.10.3. Excedentes de tesorería
- 4.10.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 4.10.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

#### 4.11. Planificación Financiera

- 4.11.1. Definición de la planificación financiera
- 4.11.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 4.11.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 4.11.4. El cuadro *Cash Flow*
- 4.11.5. El cuadro de circulante

#### 4.12. Estrategia Financiera Corporativa

- 4.12.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 4.12.2. Productos financieros de financiación empresarial

#### 4.13. Contexto Macroeconómico

- 4.13.1. Contexto macroeconómico
- 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
- 4.13.3. Mecanismos para el control de magnitudes macroeconómicas
- 4.13.4. Los ciclos económicos

#### 4.14. Financiación Estratégica

- 4.14.1. La autofinanciación
- 4.14.2. Ampliación de fondos propios
- 4.14.3. Recursos Híbridos
- 4.14.4. Financiación a través de intermediarios

#### 4.15. Mercados monetarios y de capitales

- 4.15.1. El Mercado Monetario
- 4.15.2. El Mercado de Renta Fija
- 4.15.3. El Mercado de Renta Variable
- 4.15.4. El Mercado de Divisas
- 4.15.5. El Mercado de Derivados

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

### Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

#### 5.1. Dirección y Gestión de Operaciones

- 5.1.1. La función de las operaciones
- 5.1.2. El impacto de las operaciones en la gestión de las empresas
- 5.1.3. Introducción a la estrategia de Operaciones
- 5.1.4. La dirección de Operaciones

#### 5.2. Organización industrial y logística

- 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
- 5.2.2. Departamento de Logística

#### 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO, etc)

- 5.3.1. Sistema de producción
- 5.3.2. Estrategia de producción
- 5.3.3. Sistema de gestión de inventario
- 5.3.4. Indicadores de producción

#### 5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento

- 5.4.1. Función del aprovisionamiento
- 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
- 5.4.3. Tipos de compras
- 5.4.4. Gestión de compras de una empresa de forma eficiente
- 5.4.5. Etapas del proceso de decisión de la compra

#### 5.5. Control económico de compras

- 5.5.1. Influencia económica de las compras
- 5.5.2. Centro de costes
- 5.5.3. Presupuestación
- 5.5.4. Presupuestación vs gasto real
- 5.5.5. Herramientas de control presupuestario

#### 5.6. Control de las operaciones de almacén

- 5.6.1. Control de inventario
- 5.6.2. Sistema de ubicación
- 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
- 5.6.4. Sistema de almacenamiento

#### 5.7. Gestión estratégica de compras

- 5.7.1. Estrategia empresarial
- 5.7.2. Planeación estratégica
- 5.7.3. Estrategia de compras

#### 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 suministro
- 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro

<p><b>5.9. Supply Chain management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)</li> <li>5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operación</li> <li>5.9.3. Patrones de Demanda</li> <li>5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio</li> </ul>	<p><b>5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.10.1. Interacción de la cadena de suministro</li> <li>5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes</li> <li>5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro</li> <li>5.10.4. Cadena de suministro 4.0</li> </ul>	<p><b>5.11. Costes de la logística</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.11.1. Costes logísticos</li> <li>5.11.2. Problemas de los costes logísticos</li> <li>5.11.3. Optimización de costes logísticos</li> </ul>	<p><b>5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.12.1. Cadena logística</li> <li>5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística</li> <li>5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística</li> </ul>
<p><b>5.13. Gestión de procesos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.13.1. La gestión de procesos</li> <li>5.13.2. Enfoque basado en procesos: mapa de procesos</li> <li>5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos</li> </ul>	<p><b>5.14. Distribución y logística de transportes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.14.1. Distribución en la cadena de suministro</li> <li>5.14.2. Logística de Transportes</li> <li>5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la Logística</li> </ul>	<p><b>5.15. Logística y clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.15.1. Análisis de Demanda</li> <li>5.15.2. Previsión de Demanda y Ventas</li> <li>5.15.3. Planificación de Ventas y Operaciones</li> <li>5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)</li> </ul>	<p><b>5.16. Logística internacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.16.1. Procesos de exportación e importación</li> <li>5.16.2. Aduanas</li> <li>5.16.3. Formas y Medios de Pago Internacionales</li> <li>5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional</li> </ul>
<p><b>5.17. Outsourcing de operaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.17.1. Gestión de operaciones y <i>Outsourcing</i></li> <li>5.17.2. Implantación del outsourcing en entornos logísticos</li> </ul>	<p><b>5.18. Competitividad en operaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.18.1. Gestión de Operaciones</li> <li>5.18.2. Competitividad operacional</li> <li>5.18.3. Estrategia de Operaciones y ventajas competitivas</li> </ul>	<p><b>5.19. Gestión de la calidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.19.1. Cliente interno y cliente externo</li> <li>5.19.2. Los costes de calidad</li> <li>5.19.3. La mejora continua y la filosofía de <i>Deming</i></li> </ul>	

**Módulo 6.** Dirección de sistemas de información

**6.1. Entornos tecnológicos**

- 6.1.1. Tecnología y globalización
- 6.1.2. Entorno económico y tecnología
- 6.1.3. Entorno tecnológico y su impacto en las empresas

**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. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
- 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
- 6.4.3. Directivos expertos en sistemas de información: roles y funciones

**6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información**

- 6.5.1. Sistemas de información y estrategia corporativa
- 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información

**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. Explorando la información**

- 6.7.1. SQL: bases de datos relacionales. Conceptos básicos
- 6.7.2. Redes y comunicaciones
- 6.7.3. Sistema operacional: modelos de datos normalizados
- 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
- 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes

**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 para invertir en BI

**6.10. Herramientas y soluciones BI**

- 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
- 6.10.4. Prometeus

**6.11. Planificación y dirección Proyecto BI**

- 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
- 6.11.2. Solución BI para la empresa
- 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos

**6.12. Aplicaciones de gestión corporativa**

- 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
- 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
- 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* o ERP

**6.13. Transformación Digital**

- 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
- 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
- 6.13.3. Transformación digital en las empresas

**6.14. Tecnologías y tendencias**

- 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
- 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes

**6.15. *Outsourcing* de TI**

- 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
- 6.15.2. *Outsourcing* de TI y su impacto en los negocios
- 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de *outsourcing* de TI



**Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa**

**7.1. Dirección comercial**

- 7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
- 7.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 7.1.3. El rol de los directores comerciales

**7.2. Marketing**

- 7.2.1. Concepto de Marketing
- 7.2.2. Elementos básicos del marketing
- 7.2.3. Actividades de marketing de la empresa

**7.3. Gestión Estratégica del Marketing**

- 7.3.1. Concepto de Marketing estratégico
- 7.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

**7.4. Marketing digital y comercio electrónico**

- 7.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
- 7.4.2. Marketing Digital y medios que emplea Comercio electrónico. Contexto general
- 7.4.3. Categorías del comercio electrónico
- 7.4.4. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional

**7.5. *Managing digital business***

- 7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
- 7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing Digital
- 7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing Digital

**7.6. Marketing digital para reforzar la marca**

- 7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

**7.7. Estrategia de Marketing Digital**

- 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing Digital
- 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing Digital

**7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes**

- 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hipersegmentación

**7.9. Gestión de campañas digitales**

- 7.9.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 7.9.3. Errores de las campañas de publicidad digital

**7.10. Plan de marketing online**

- 7.10.1. ¿Qué es un plan de Marketing Online?
- 7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing Online
- 7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing Online

**7.11. *Blended marketing***

- 7.11.1. ¿Qué es el *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline
- 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de *Blended Marketing*
- 7.11.4. Características de una estrategia de *Blended Marketing*
- 7.11.5. Recomendaciones en *Blended Marketing*
- 7.11.6. Beneficios del *Blended Marketing*

**7.12. Estrategia de ventas**

- 7.12.1. Estrategia de ventas
- 7.12.2. Métodos de ventas

**7.13. Comunicación Corporativa**

- 7.13.1. Concepto
- 7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 7.13.5. Elementos de la comunicación
- 7.13.6. Problemas de la comunicación
- 7.13.7. Escenarios de la comunicación

**7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa**

- 7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RRHH
- 7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
- 7.14.3. El plan de comunicación interna

**7.15. Comunicación y reputación digital**

- 7.15.1. Reputación online
- 7.15.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 7.15.3. Herramientas de reputación online
- 7.15.4. Informe de reputación online
- 7.15.5. Branding online

**Módulo 8.** Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

**8.1. Investigación de Mercados**

- 8.1.1. Investigación de mercados: origen histórico
- 8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados
- 8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados

**8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas**

- 8.2.1. Tamaño muestral
- 8.2.2. Muestreo
- 8.2.3. Tipos de Técnicas Cuantitativas

**8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas**

- 8.3.1. Tipos de Investigación Cualitativa
- 8.3.2. Técnicas de Investigación Cualitativa

**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. Segmentación de mercados de consumo
- 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
- 8.4.5. Estrategias de segmentación
- 8.4.6. La segmentación con base a criterios del marketing-mix
- 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado

**8.5. Gestión de proyectos de investigación**

- 8.5.1. La Investigación de Mercados como un proceso
- 8.5.2. Etapas de Planificación en la Investigación de Mercados
- 8.5.3. Etapas de Ejecución en la Investigación de Mercados
- 8.5.4. Gestión de un Proyecto de Investigación

**8.6. La investigación de mercados internacionales**

- 8.6.1. Investigación de Mercados Internacionales
- 8.6.2. Proceso de la Investigación de Mercados Internacionales
- 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las Investigaciones de Mercado Internacionales

**8.7. Los estudios de viabilidad**

- 8.7.1. Concepto y utilidad
- 8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad
- 8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad

**8.8. Publicidad**

- 8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
- 8.8.2. Marco conceptual de la Publicidad; principios, concepto de briefing y posicionamiento
- 8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la publicidad
- 8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios
- 8.8.5. Tendencias y retos de la publicidad

**8.9. Desarrollo del plan de Marketing**

- 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
- 8.9.2. Análisis y Diagnóstico de la Situación
- 8.9.3. Decisiones Estratégicas de Marketing
- 8.9.4. Decisiones Operativas de Marketing

**8.10. Estrategias de promoción y Merchandising**

- 8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada
- 8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria
- 8.10.3. El Merchandising como técnica de Comunicación

**8.11. Planificación de medios**

- 8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios
- 8.11.2. Medios de comunicación
- 8.11.3. Plan de medios

**8.12. Fundamentos de la dirección comercial**

- 8.12.1. La función de la Dirección Comercial
- 8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
- 8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
- 8.12.4. Principales estrategias competitivas

**8.13. Negociación comercial**

- 8.13.1. Negociación comercial
- 8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
- 8.13.3. Principales métodos de negociación
- 8.13.4. El proceso negociador

**8.14. Toma de decisiones en gestión comercial**

- 8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
- 8.14.2. Modelos de toma de decisiones
- 8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
- 8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones

**8.15. Dirección y gestión de la red de ventas**

- 8.15.1. Sales Management. Dirección de ventas
- 8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial
- 8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores
- 8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
- 8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información

**8.16. Implementación de la función comercial**

- 8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
- 8.16.2. Control de la actividad comercial
- 8.16.3. El código deontológico del personal comercial
- 8.16.4. Cumplimiento normativo
- 8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas

### 8.17. Gestión de cuentas clave

- 8.17.1. Concepto de la Gestión de Cuentas Clave
- 8.17.2. El *Key Account Manager*
- 8.17.3. Estrategia de la Gestión de Cuentas Clave

### 8.18. Gestión financiera y presupuestaria

- 8.18.1. El umbral de rentabilidad
- 8.18.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
- 8.18.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
- 8.18.4. Gestión del ciclo, rotaciones, rentabilidad y liquidez
- 8.18.5. Cuenta de resultados

## Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

### 9.1. Innovación

- 9.1.1. Introducción a la innovación
- 9.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
- 9.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial

### 9.2. Estrategia de Innovación

- 9.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
- 9.2.2. Estrategia de innovación

### 9.3. *Project Management* para Startups

- 9.3.1. Concepto de *startup*
- 9.3.2. Filosofía *Lean Startup*
- 9.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
- 9.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*

### 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio

- 9.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
- 9.4.2. Diseño validación de modelos de negocio

### 9.5. Dirección y Gestión de Proyectos

- 9.5.1. Dirección y Gestión de proyectos: identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
- 9.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación

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

- 9.6.1. Concepto de Gestión del Cambio
- 9.6.2. El Proceso de Gestión del Cambio
- 9.6.3. La implementación del cambio

### 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos

- 9.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
- 9.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
- 9.7.3. Tendencias emergentes
- 9.7.4. Adaptaciones al equipo
- 9.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
- 9.7.6. Gestionar las comunicaciones
- 9.7.7. Monitorear las comunicaciones

### 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras

- 9.8.1. Metodologías innovadoras
- 9.8.2. Principios básicos del Scrum
- 9.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del Scrum y las metodologías tradicionales

### 9.9. Creación de una *startup*

- 9.9.1. Creación de una *startup*
- 9.9.2. Organización y cultura
- 9.9.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
- 9.9.4. Aspectos legales

### 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

- 9.10.1. Planificar riesgos
- 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

## Módulo 10. Management Directivo

### 10.1. General Management

- 10.1.1. Concepto de *General Management*
- 10.1.2. La acción del *Manager General*
- 10.1.3. El Director General y sus funciones
- 10.1.4. Transformación del trabajo de la dirección

### 10.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

- 10.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

### 10.3. Dirección de operaciones

- 10.3.1. Importancia de la dirección
- 10.3.2. La cadena de valor
- 10.3.3. Gestión de calidad

### 10.4. Oratoria y formación de portavoces

- 10.4.1. Comunicación interpersonal
- 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 10.4.3. Barreras en la comunicación

### 10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

- 10.5.1. La comunicación interpersonal
- 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 10.5.3. La comunicación en la organización
- 10.5.4. Herramientas en la organización

### 10.6. Comunicación en situaciones de crisis

- 10.6.1. Crisis
- 10.6.2. Fases de la crisis
- 10.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

### 10.7. Preparación de un plan de crisis

- 10.7.1. Análisis de posibles problemas
- 10.7.2. Planificación
- 10.7.3. Adecuación del personal

### 10.8. Inteligencia emocional

- 10.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 10.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 10.8.3. Autoestima y comunicación emocional

### 10.9. Branding Personal

- 10.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 10.9.2. Leyes del branding personal
- 10.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

### 10.10. Liderazgo y gestión de equipos

- 10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 10.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 10.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 10.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

## Módulo 11. Gestión del talento y habilidades directivas

### 11.1. Desarrollo competencial directivo

- 11.1.1. El liderazgo
- 11.1.2. Inteligencia emocional
- 11.1.3. Organización: áreas, procesos y proyectos

### 11.2. Gestionando el talento como ventaja competitiva

- 11.2.1. Claves para la gestión positiva
- 11.2.2. Mapa de talento en la organización
- 11.2.3. Coste y valor añadido

### 11.3. Gestión de equipos

- 11.3.1. Desarrollo de equipos de alto desempeño
- 11.3.2. Los roles de las personas en los grupos
- 11.3.3. Factores personales y motivación para el trabajo exitoso
- 11.3.4. Integrar un equipo de alto desempeño

### 11.4. Sistemas y cambios organizativos

- 11.4.1. El proceso de transformación
- 11.4.2. Anticipación y acción
- 11.4.3. El aprendizaje organizativo
- 11.4.4. Resistencia al cambio

### 11.5. Dirección y motivación

- 11.5.1. La naturaleza de la motivación
- 11.5.2. Teoría de las expectativas
- 11.5.3. Teorías de las necesidades
- 11.5.4. Motivación y compensación económica

### 11.6. Innovación en gestión del talento y las personas

- 11.6.1. Modelos de gestión del talento estratégico
- 11.6.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 11.6.3. Fidelización y retención
- 11.6.4. Proactividad e innovación

## Módulo 12. Dirección tecnológica

- 12.1. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa**  
 12.1.1. Evolución del modelo de IT  
 12.1.2. Organización y Departamento IT  
 12.1.3. Tecnologías de la información y entorno económico

- 12.2. Posicionamiento IT de la empresa**  
 12.2.1. Percepción del valor añadido al negocio  
 12.2.2. Nivel de madurez de la estrategia  
 12.2.3. Gobierno IT y gobierno corporativo

- 12.3. Desarrollo de capacidades directivas**  
 12.3.1. Función Directiva y roles directivos  
 12.3.2. El rol del CIO en la empresa  
 12.3.3. Visión y Misión del director de IT  
 12.3.4. El e-liderazgo, y la gestión holística de la innovación

- 12.4. Capacidades relacionales y políticas**  
 12.4.1. Comités de dirección  
 12.4.2. Influencia  
 12.4.3. *Stakeholders*  
 12.4.4. Gestión de conflictos

- 12.5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica**  
 12.5.1. Creación de valor para clientes y accionistas  
 12.5.2. Decisiones estratégicas de SI/TI  
 12.5.3. Estrategia corporativa vs estrategia tecnológica y digital

- 12.6. Sistemas de información para la toma de decisiones**  
 12.6.1. *Business Intelligence*  
 12.6.2. *Data Warehouse*  
 12.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral

## Módulo 13. Planificación estratégica y gestión de proyectos IT

- 13.1. Proceso de planificación estratégica**  
 13.1.1. Fases del plan  
 13.1.2. Visión conceptual  
 13.1.3. Organización del trabajo

- 13.2. Comprensión de la estrategia de negocio**  
 13.2.1. Necesidades de información  
 13.2.2. Mapa de procesos  
 13.2.3. Aspiraciones o prioridades de negocio

- 13.3. Análisis de los SI/TI actuales**  
 13.3.1. Análisis del nivel de recursos y gasto/inversión  
 13.3.2. Análisis de la calidad percibida  
 13.3.3. Análisis de aplicaciones e infraestructuras  
 13.3.4. Análisis del entorno y los competidores

- 13.4. Formulación de la estrategia**  
 13.4.1. Aspiraciones y directrices estratégicas del plan  
 13.4.2. El modelo de SI/TI objetivo  
 13.4.3. Iniciativas estratégicas  
 13.4.4. Implicaciones del plan

- 13.5. Plan de implantación**  
 13.5.1. Enfoque de implantación  
 13.5.2. Plan de proyectos

- 13.6. Proyectos de sistemas de información**  
 13.6.1. Planificación de proyectos informáticos  
 13.6.2. Seguimiento y cierre de un proyecto  
 13.6.3. Estrategias de gestión de proyectos

- 13.7. Gestión de los recursos tecnológicos**  
 13.7.1. Oferta Tecnológica  
 13.7.2. Gestión de tiempo y costes  
 13.7.3. Gestión ágil de proyectos y productividad

- 13.8. *Lean IT***  
 13.8.1. *Lean IT and Lean Thinking*  
 13.8.2. Principios básicos de Lean Management  
 13.8.3. Grupos de mejora y resolución de problemas  
 13.8.4. Formas de gestión de mantenimiento y de calidad

**Módulo 14.** Gestión de la innovación

**14.1. Pensamiento creativo: innovación**

- 14.1.1. La innovación en la empresa tecnológica
- 14.1.2. Técnicas de fomento de la creatividad
- 14.1.3. Proceso de concepción de ideas innovadoras

**14.2. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos**

- 14.2.1. Estrategias de innovación
- 14.2.2. Innovación abierta
- 14.2.3. Organización y cultura innovadoras
- 14.2.4. Equipos multifuncionales

**14.3. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos**

- 14.3.1. Diseño de nuevos productos
- 14.3.2. Lean Design
- 14.3.3. Industrialización de nuevos productos
- 14.3.4. Fabricación y montaje

**14.4. Sistemas de gestión de la I+D+i**

- 14.4.1. Requisitos de un sistema de gestión de la I+D+i
- 14.4.2. Línea de acción, actividad, proceso y procedimiento
- 14.4.3. Marco recomendado para la gestión de la I+D+i

**14.5. Auditoría y certificación de la I+D+i**

- 14.5.1. Principios básicos de las auditorías de I+D+i
- 14.5.2. Fases de una auditoría de I+D+i
- 14.5.3. Certificaciones en el ámbito de la I+D+i
- 14.5.4. Certificación de sistemas de gestión de la I+D+i

**14.6. Herramientas para la gestión de la I+D+i**

- 14.6.1. Diagrama causa-efecto para I+D+i
- 14.6.2. Selección ponderada para I+D+i
- 14.6.3. Diagrama de Pareto para I+D+i
- 14.6.4. Matriz de prioridades para I+D+i

**14.7. *Benchmarking* aplicado a I+D+i**

- 14.7.1. Tipos de *Benchmarking*
- 14.7.2. El proceso de *Benchmarking* en I+D+i
- 14.7.3. Metodología del proceso de *Benchmarking* aplicado a la I+D+i
- 14.7.4. Ventajas del *Benchmarking*

**14.8. Reingeniería para la innovación radical de los procedimientos de negocio de la empresa**

- 14.8.1. Orígenes y evolución de la reingeniería de procesos
- 14.8.2. Objetivos de la reingeniería
- 14.8.3. Enfoque correcto de la reingeniería

**14.9. Dirección y *Management* de proyectos de I+D+i**

- 14.9.1. Elementos que componen un proyecto de I+D+i
- 14.9.2. Etapas más significativas de un proyecto de I+D+i
- 14.9.3. Procesos para la gestión de proyectos de I+D+i

**14.10. Gestión de la calidad en proyectos de I+D+i**

- 14.10.1. El sistema de gestión de la calidad en proyectos de I+D+i
- 14.10.2. Planes de calidad en los proyectos de I+D+i
- 14.10.3. Contenido de un plan de calidad de proyectos de I+D+i

**Módulo 15.** Sistemas de seguridad de la información**15.1. Introducción a la seguridad de la información**

- 15.1.1. Tipos de ataques a un sistema informático
- 15.1.2. Medidas para garantizar la seguridad del sistema informático
- 15.1.3. Plan de riesgos, plan de seguridad y plan de contingencia

**15.2. La seguridad en redes informáticas**

- 15.2.1. Amenazas en la red
- 15.2.2. Virus informáticos
- 15.2.3. Ingeniería social
- 15.2.4. *Hackers*

**15.3. Hacking ético**

- 15.3.1. Consideraciones legales
- 15.3.2. Búsqueda de vulnerabilidades
- 15.3.3. Herramientas útiles

**15.4. Diseño y gestión de redes seguras y gestión de riesgos**

- 15.4.1. Sistemas operativos para servidores
- 15.4.2. Configuración de la red
- 15.4.3. Gobernanza TI, gestión del riesgo y cumplimiento normativo

**15.5. Implantación de un SGSI según las normas ISO 27000**

- 15.5.1. Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información y beneficios
- 15.5.2. Estándares de gestión de la de la seguridad de la información
- 15.5.3. Etapas de implantación de un SGSI

**15.6. La propiedad industrial e intelectual en el ámbito tecnológico**

- 15.6.1. Propiedad industrial
- 15.6.2. Marcas y nombres de dominio
- 15.6.3. Propiedad intelectual

**15.7. La contratación y el sector TIC**

- 15.7.1. Gestión de las contrataciones y aspectos legales
- 15.7.2. Principales figuras contractuales relacionadas con el sector IT

**15.8. Protección de datos, privacidad e intimidad**

- 15.8.1. El régimen de protección de datos en España
- 15.8.2. Las relaciones laborales, la privacidad y el derecho a la intimidad
- 15.8.3. Principales derechos fundamentales relacionados con el entorno IT

**Módulo 16.** Nuevas tendencias digitales**16.1. Internet de las cosas**

- 16.1.1. Visiones y retos
- 16.1.2. Tecnologías clave
- 16.1.3. Proyectos pioneros

**16.2. Gamificación**

- 16.2.1. Técnicas de gamificación empresarial
- 16.2.2. *Gamification Design Framework*
- 16.2.3. Mecanismos de funcionamiento y motivación
- 16.2.4. Beneficios y retorno de la inversión

**16.3. Big Data**

- 16.3.1. Aplicación sectorial
- 16.3.2. Modelos de negocio
- 16.3.3. Nuevas profesiones

**16.4. Inteligencia Artificial**

- 16.4.1. Aspectos Metodológicos en Inteligencia Artificial
- 16.4.2. Búsqueda Heurística
- 16.4.3. Métodos de Inferencia en Reglas
- 16.4.4. Redes semánticas

**16.5. Robótica**

- 16.5.1. Morfología del robot
- 16.5.2. Herramientas matemáticas para la localización espacial
- 16.5.3. Control cinemático
- 16.5.4. Criterios de implantación de un robot industrial

**16.6. Modelado y simulación**

- 16.6.1. Modelado mediante DEVS
- 16.6.2. Modelado de las entradas aleatorias
- 16.6.3. Generación de las entradas aleatorias
- 16.6.4. Diseño de experimentos y optimización

**16.7. Implantación de la criptografía en proyectos tecnológicos**

- 16.7.1. Firma electrónica
- 16.7.2. Certificado digital
- 16.7.3. Encriptación de datos
- 16.7.4. Aplicaciones prácticas de la criptografía

**16.8. Otras tendencias**

- 16.8.1. Impresoras 3D
- 16.8.2. Drones
- 16.8.3. Visión artificial
- 16.8.4. Realidad aumentada

## Módulo 17. Estrategia de negocio digital

### 17.1. Estrategia digital

- 17.1.1. Modelos de negocio basados en Internet
- 17.1.2. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
- 17.1.3. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
- 17.1.4. Estrategia e Internet

### 17.2. Estrategia de Sourcing

- 17.2.1. Herramientas para desarrollar la estrategia de Sourcing
- 17.2.2. Cloud Computing
- 17.2.3. IT Sourcing Management

### 17.3. IT Governance

- 17.3.1. Análisis de tendencias actuales y *best practices* en la función de TI
- 17.3.2. Retos y decisiones clave en la gestión
- 17.3.3. Procedimientos de gestión, requisitos, estrategias y modelos de Outsourcing

### 17.4. Social Business

- 17.4.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
- 17.4.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC
- 17.4.3. Como rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales
- 17.4.4. Movilidad y el negocio digital

### 17.5. Business Process Management

- 17.5.1. La gestión de la empresa por procesos
- 17.5.2. Reingeniería de procesos
- 17.5.3. Los sistemas de información de las empresas

### 17.6. Sistemas de empresa basados en la colaboración en Internet

- 17.6.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM
- 17.6.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
- 17.6.3. Sistemas de comercio electrónico

### 17.7. Sistemas para la gestión del conocimiento y la colaboración en la empresa

- 17.7.1. La gestión de contenidos
- 17.7.2. Trabajo colaborativo y portales de empleados
- 17.7.3. Políticas y procesos de gestión del conocimiento

### 17.8. Organización efectiva de la unidad de sistemas

- 17.8.1. IT Governance
- 17.8.2. Riesgos de implementación
- 17.8.3. Riesgos de explotación

## Módulo 18. Social Media y Community Management

### 18.1. Web 2.0 o web social

- 18.1.1. La organización en la era de la conversación
- 18.1.2. La web 2.0 son las personas
- 18.1.3. Nuevos entornos, nuevos contenidos

### 18.2. Comunicación y reputación digital

- 18.2.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online
- 18.2.2. Informe de reputación online
- 18.2.3. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
- 18.2.4. Branding y Networking 2.0

### 18.3. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging

- 18.3.1. Facebook
- 18.3.2. LinkedIn
- 18.3.3. Twitter

### 18.4. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad

- 18.4.1. YouTube
- 18.4.2. Instagram
- 18.4.3. Flickr
- 18.4.4. Vimeo
- 18.4.5. Pinterest

### 18.5. Blogging corporativo

- 18.5.1. Cómo crear un blog
- 18.5.2. Cómo crear un plan de contenidos para tu blog
- 18.5.3. Estrategia de curación de contenidos

### 18.6. Estrategias en Social Media

- 18.6.1. El plan de comunicación corporativa 2.0
- 18.6.2. Las relaciones públicas corporativas y el Social Media
- 18.6.3. Análisis y evaluación de resultados

### 18.7. Community Management

- 18.7.1. Funciones, tareas y responsabilidades del Community Manager
- 18.7.2. Social Media Manager
- 18.7.3. Social Media Strategist

### 18.8. Social Media Plan

- 18.8.1. Diseño de un plan de Social Media
- 18.8.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
- 18.8.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis



## Módulo 19. Data Science and Big Data

### 19.1. Data Science and Big Data

- 19.1.1. Impacto de *Big Data* y *Data Science* en la estrategia de negocio
- 19.1.2. Introducción a *Command Line*
- 19.1.3. Problemas y soluciones de *Data Science*

### 19.2. Lenguajes para Data Hacking

- 19.2.1. Bases de Datos SQL
- 19.2.2. Introducción a Python
- 19.2.3. Programación en R

### 19.3. Estadística

- 19.3.1. Introducción a la estadística
- 19.3.2. Regresión lineal y logística
- 19.3.3. *PCA* y *Clustering*

### 19.4. Machine Learning

- 19.4.1. Selección de modelos y regularización
- 19.4.2. Árboles y bosques aleatorios
- 19.4.3. Procesamiento del lenguaje natural

### 19.5. Big Data

- 19.5.1. Hadoop
- 19.5.2. Spark
- 19.5.3. Sistemas de recomendación y filtrado colaborativo

### 19.6. Casos de éxito en Data Science

- 19.6.1. Segmentación de clientes mediante el modelo RFM
- 19.6.2. Aplicación de diseño de experimentos
- 19.6.3. *Supply Chain Value: Forecasting*
- 19.6.4. *Business Intelligence*

### 19.7. Arquitecturas híbridas en Big Data

- 19.7.1. Arquitectura Lambda
- 19.7.2. Arquitectura Kappa
- 19.7.3. Apache Flink e implementaciones prácticas
- 19.7.4. *Amazon Web Services*

### 19.8. Big Data en la nube

- 19.8.1. AWS: Kinesis
- 19.8.2. AWS: Dynamodb
- 19.8.3. Google Cloud Computing
- 19.8.4. Google BigQuery

## Módulo 20. Diseño web, usabilidad y experiencia de usuario

### 20.1. Diseño UX

- 20.1.1. Arquitectura de información
- 20.1.2. SEO y Analítica para UX
- 20.1.3. *Landing pages*

### 20.2. Términos técnicos del diseño UX

- 20.2.1. *Wireframe* y componentes
- 20.2.2. Patrón de interacción y flujo de navegación
- 20.2.3. Perfil de usuario
- 20.2.4. Proceso y embudo de proceso

### 20.3. Investigación

- 20.3.1. Investigación en proyectos de diseño de interfaz
- 20.3.2. Enfoque cualitativo y cuantitativo
- 20.3.3. Comunicar los resultados de la investigación

### 20.4. Digital Design

- 20.4.1. Prototipo digital
- 20.4.2. Axure y Responsive
- 20.4.3. Diseño de interacción y diseño visual

### 20.5. User Experience

- 20.5.1. Metodología de diseño centrado en el usuario
- 20.5.2. Técnicas de investigación de usuario
- 20.5.3. Implicar al cliente en el proceso
- 20.5.4. *Shopping Experience Management*

### 20.6. Diseñando la estrategia de experiencia de usuario

- 20.6.1. Árboles de contenido
- 20.6.2. *Wireframes* de alta fidelidad
- 20.6.3. Mapas de componentes
- 20.6.4. Guías de usabilidad

### 20.7. Evaluación de la usabilidad

- 20.7.1. Técnicas de evaluación de la usabilidad
- 20.7.2. Visualización de datos
- 20.7.3. Presentación de datos

### 20.8. Customer Value & Customer Experience Management

- 20.8.1. Uso de narrativas y *storytelling*
- 20.8.2. El Co-Marketing como estrategia
- 20.8.3. Gestión del *Content Marketing*
- 20.8.4. El retorno de la inversión de la gestión de las experiencias del cliente

07

# Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”*

## TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

*Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”*



*Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.*



*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.*

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

*Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.*

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

*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.*

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



#### 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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



#### 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 las futuras decisiones difíciles.



#### Prácticas de habilidades directivas

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



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.







#### Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



#### Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



08

# Perfil de nuestros alumnos

Nuestro Grand Master Alta Dirección en IT es un programa dirigido a profesionales con experiencia, que quieran actualizar sus conocimientos y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.





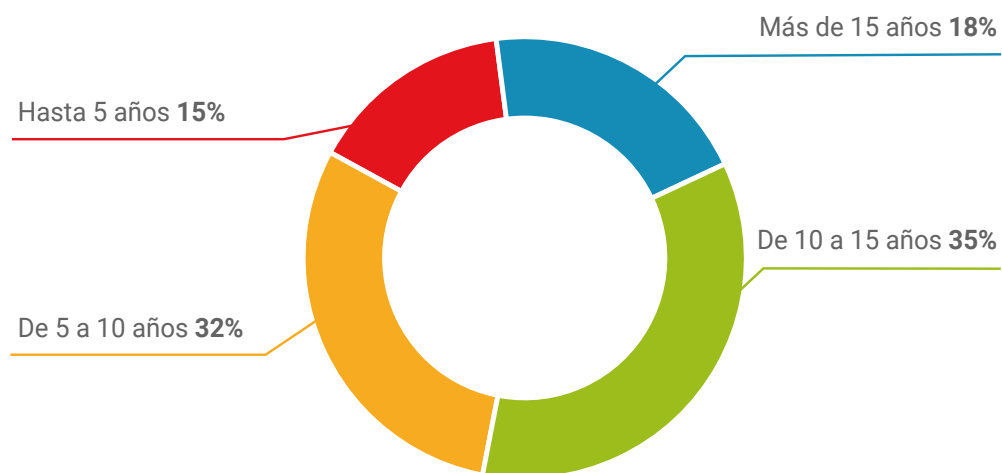
“

*Nuestros alumnos son profesionales con experiencia, conscientes de la importancia de la actualización continua para mejorar en su práctica diaria”*

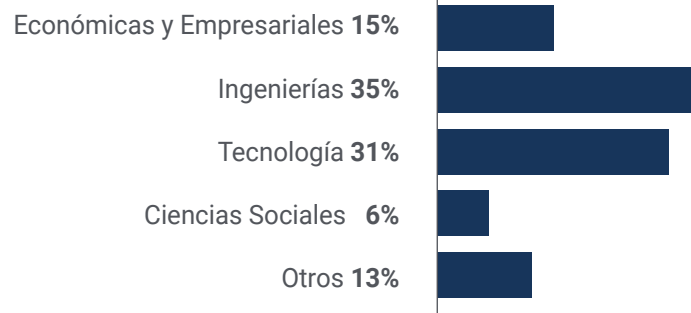
## Edad media

Entre **35** y **45** años

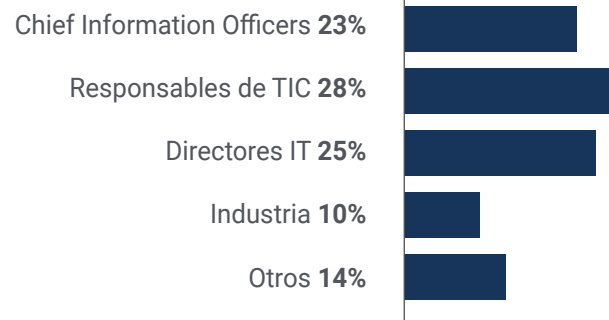
## Años de experiencia



## Formación

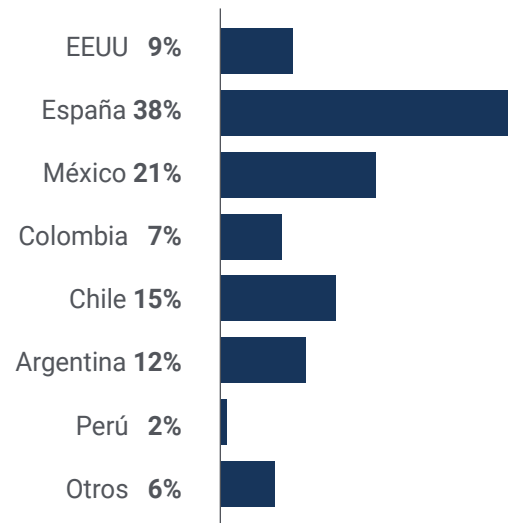


## Perfil académico



## Distribución geográfica

---



## Ramón Valverde

---

Director de tecnologías de la información en una multinacional

*"Este programa de TECH me ha permitido actualizar mis conocimientos en un sector en constante cambio, logrando la capacitación necesaria para actuar con más seguridad en mi práctica diaria. Sin duda, una experiencia académica que recomiendo a todos los que deseen especializarse en la dirección de tecnologías de la información"*

09

# Dirección del curso

El Grand Master en Alta Dirección en IT destaca por contar con un cuerpo docente excepcional que marca la diferencia. Estos profesionales no son solo expertos en sus respectivos campos, sino líderes visionarios con una vasta experiencia en la Alta Dirección en IT. Así, cada uno de ellos aportará un bagaje enriquecedor de conocimientos prácticos y teóricos, garantizando que los egresados adquieran información y se sumerjan en experiencias del mundo real. Su compromiso va más allá del aula, ya que están dedicados a inspirar, guiar y preparar a los futuros líderes tecnológicos.





“

*Con un enfoque pedagógico centrado en el estímulo de la innovación y el pensamiento estratégico, los docentes cultivarán el liderazgo transformador necesario en el ámbito de la Alta Dirección en IT”*

## 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 - Amazon, Seattle
- Jefe de programas senior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director senior 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

“

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

## Dirección



### **D. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña**

- ♦ Experto en Negocios Internacionales y Asesoría Jurídica para empresas
- ♦ Responsable del Área Internacional en Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Asesor Jurídico en Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Legal Manager en AvalonBiz Consulting Group SL
- ♦ Formador en cursos orientados a la Protección de Datos
- ♦ Doctorado en Desarrollo Regional por la Universidad de La Laguna
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de La Laguna
- ♦ Diplomado en Project Management por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ MBA en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Europea de Canarias



## Profesores

### D. González Peña, Alexis José

- ◆ Director del Área Financiera en CajaSiete Caja Rural
- ◆ Auditor interno senior en Bankia
- ◆ Auditor interno senior en Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Auditor senior experience en Deloitte
- ◆ Licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Máster en Tributación y Asesoría Fiscal por el Centro de Estudios Financieros
- ◆ Executive Máster en Dirección Financiera y Finanzas Avanzadas por el Instituto Superior en Técnicas y Prácticas Bancarias
- ◆ Experto en Planificación Financiera y Control de Gestión en Banca por Analistas Financieros Internacionales
- ◆ Experto en Desarrollo Directivo en Gestión de Carteras por Analistas Financieros Internacionales

# 10

# Impacto para tu carrera

Este programa de TECH es totalmente indispensable para todos aquellos profesionales de los negocios que deseen dar un giro a su carrera, especializándose en un área compleja y de gran intensidad como son las Tecnologías de la Información (IT). De esta manera, este Grand Master incluirá los aspectos más relevantes en esta área y marcará un plus de calidad en el CV de los empresarios. Sin duda, se trata de la oportunidad que esperaban para mejorar en su carrera.



“

*Gracias a este programa, aprenderás a gestionar con éxito las empresas en base a los últimos avances en las Tecnologías de la Información (IT)”*

## ¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

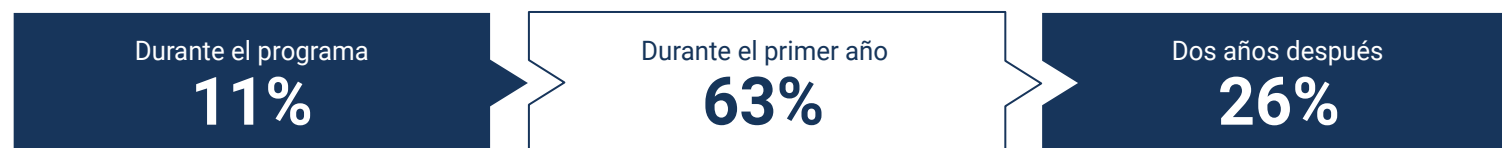
El Grand Master Alta Dirección en IT de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

Por ello, quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en TECH.

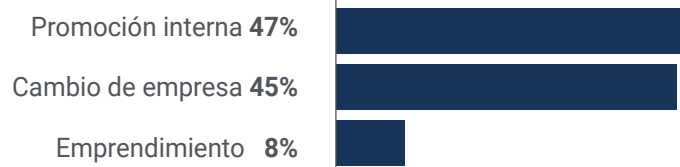
*¿Buscas una mejora en tu ámbito laboral? ¡No lo pienses más y únete a la comunidad de alumnos de TECH!*

*Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, este programa de TECH te ayudará a conseguirlo.*

### Momento del cambio



### Tipo de cambio



## Mejora salarial

---

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del 25%



11

# Beneficios para tu empresa

Esta capacitación ha sido diseñada pensando en las necesidades de los profesionales de los negocios en la Alta Dirección en Tecnologías de la Información (IT), pero también en lo que podrán aportar los egresados a las compañías en las que trabajen. Por ello, esto no solo supondrá una ventaja competitiva para el propio alumno, dotándolo de una mayor empleabilidad, sino también para las empresas, en las que podrá aportar toda su valía y conocimiento.







“

*Aportarás a las empresas en las que trabajes un nuevo modelo de dirección y gestión de las nuevas tecnologías”*

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

### **Crecimiento del talento y del capital intelectual**

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

---

02

### **Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos**

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### **Construcción de agentes de cambio**

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

---

04

### **Incremento de las posibilidades de expansión internacional**

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

### **Desarrollo de proyectos propios**

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

---

06

### **Aumento de la competitividad**

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

# Titulación

El Grand Master en Alta Dirección en IT garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Grand Master en Alta Dirección en IT** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal\* con acuse de recibo su correspondiente título de **Grand Master** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Grand Master, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Grand Master en Alta Dirección en IT**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**



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



## Grand Master

### Alta Dirección en IT

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: **TECH** Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Grand Master

## Alta Dirección en IT

