



Grand Master Alta Dirección de Sostenibilidad en la Empresa

» Modalidad: online

» Duración: 2 años

» Titulación: TECH Global University

» Acreditación: 120 ECTS

» Horario: a tu ritmo» Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-sostenibilidad-empresa

Índice

Titulación

pág. 74

pág. 52

Cuadro docente

pág. 42

Metodología de estudio





tech 06 | Presentación del programa

La sostenibilidad empresarial ha pasado de ser un concepto secundario a convertirse en una prioridad estratégica dentro de la alta dirección de las compañías. En un contexto en el que consumidores, inversores y reguladores demandan cada vez más responsabilidad social y ambiental, la Alta Dirección en Sostenibilidad desempeña un papel crucial en la transformación de las organizaciones. Por ello, los profesionales deben dominar las mejores prácticas para crear una cultura organizacional sostenible y adquirir las habilidades necesarias para la toma de decisiones responsables en el panorama empresarial actual.

En este escenario, TECH Universidad presenta un exclusivo Grand Master en Alta Dirección de Sostenibilidad en la Empresa. Diseñado por referentes en la materia, este plan de estudios aborda contenidos que van desde la gestión energética y el control de residuos hasta la realización de auditorías de sistemas de gestión. Gracias a ello, los egresados desarrollarán las competencias necesarias para liderar la transición hacia modelos de negocio sostenibles, optimizando el uso de recursos y reduciendo al mínimo el impacto ambiental.

Además, el programa universitario se basa en el método *Relearning*, del cual TECH Universidad es pionera, y que garantiza la asimilación exhaustiva de conceptos complejos. Para acceder al Campus Virtual, los profesionales solo necesitan un dispositivo con conexión a Internet, como móviles, *tablets* u ordenadores, donde encontrarán diversos recursos multimedia, incluidos vídeos explicativos y resúmenes interactivos. Finalmente, el programa cuenta con la participación de prestigiosos expertos internacionales en Sostenibilidad, quienes impartirán unas *Masterclasses* de alta calidad, exclusivas y complementarias.

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

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

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Alta Dirección de Sostenibilidad en la Empresa
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la Alta Dirección de Sostenibilidad en la Empresa
- 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



¡Conviértete en un experto en sostenibilidad de la mano de TECH! Tendrás acceso a un conjunto de Masterclasses, desarrolladas por especialistas de fama internacional en este campo"



Profundizarás en la gestión de los Recursos Humanos de forma eficiente, así como en el desarrollo de estrategias comunicacionales que aseguren la transmisión efectiva del mensaje corporativo"

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

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

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

Tomarás decisiones estratégicas fundamentadas en la sostenibilidad a largo plazo, asegurando que las operaciones sean rentables y respetuosas con el medioambiente.

Fortalecerás tus conocimientos sobre conceptos complejos con un plan de estudios basado en la revolucionaria metodología Relearning, optimizando tiempo y efectividad.







tech 10 | ¿Por qué estudiar en TECH?

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

El mejor claustro docente top internacional

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

La mayor universidad digital del mundo

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







Un método de aprendizaje único

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

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.

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.

Garantía de máxima

empleabilidad



Google Partner Premier

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

La universidad mejor valorada por sus alumnos

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





tech 14 | Plan de estudios

Módulo 1. 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



Plan de estudios | 15 tech

- 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 estratégica
 - 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 estrategia
 - 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

tech 16 | Plan de estudios

0 4 0	_	,			
2.12.	$(``\cap m)$	ınicación	Actrat	'nΩ	TICS

- 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 claves 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



Plan de estudios | 17 tech

- 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

tech 18 | Plan de estudios

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- 4.1. Entorno Económico
 - 4.1.1. Teoría de las organizaciones
 - 4.1.2. Factores claves 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

Plan de estudios | 19 tech

- 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

tech 20 | Plan de estudios

5.15. Logística y clientes		a 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 & Replenishment		
5.16.	Logístic	ea 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		titividad 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		
Mód	ulo 6. D	Dirección de sistemas de información		
6.1.		os tecnológicos		
0.1.	6.1.1.	Sistemas de información empresarial		
		Decisiones estratégicas		
		Rol del CIO		
6.2.		as y tecnologías de la información en la empresa		
0.2.		Evolución del modelo de IT		
		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.	Direcci	ón 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.	Sistem	as 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.	Busine	ss 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 Bl		
	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		

Plan de estudios | 21 tech

- 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. Marco 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 RRHH
- 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

tech 22 | Plan de estudios

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 3.1. 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

Plan de estudios | 23 tech

- 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. Marco 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

tech 24 | Plan de estudios

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.	Comuni	icación 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.	Desarro	Ilo 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.	Lideraz	go 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. La gestión ambiental y energética de organizaciones

- 11.1. Fundamentos organizativos y de empresa
 - 11.1.1. Gestión de la organización
 - 11.1.2. Tipos y estructura de una organización
 - 11.1.3. Estandarización de la gestión empresarial
- 11.2. Desarrollo sostenible: Empresa y medio ambiente
 - 11.2.1. Desarrollo sostenible. Objetivos y metas
 - 11.2.2. La actividad económica y su impacto en el medio ambiente
 - 11.2.3. La responsabilidad social de las empresas
- 11.3. Problemática ambiental y energética. Alcance y marco actual
 - 11.3.1. Principales problemas ambientales actuales: Residuos, agua, alimentación
 - 11.3.2. Problemática energética. Demanda, distribuciones de consumos y fuentes
 - 11.3.3. Proyección energética actual
- 11.4. Marco competencial y normativo
 - 11.4.1. Marco Legal: los cinco niveles productores de normativa ambiental
 - 11.4.2. Marco competencial: La distribución de competencias en materia ambiental
 - 11.4.3. Actuaciones públicas y competencias en materia de medio ambiente y regulación de las actividades clasificadas

- 11.5. Cumbres europeas y Acuerdo de París
 - 11.5.1. Objetivos climáticos de la UE
 - 11.5.2. Las Cumbres europeas
 - 11.5.3. El Acuerdo de París
- 11.6. Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
 - 11.6.1. La Agenda 2030: Antecedentes, proceso de aprobación y contenido
 - 11.6.2. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
 - 11.6.3. Guía SDG Compass
- 11.7. Hoja de Ruta 2050. Transición energética nacional
 - 11.7.1. Objetivos de la Hoja de Ruta para 2050. Puntos clave
 - 11.7.2. Transición económica, industrial y social
 - 11.7.3. Estrategia para la reducción de emisiones contaminantes. Planes de descarbonización
- 11.8. Plan nacional integrado de energía y clima
 - 11.8.1. Principales magnitudes del plan
 - 11.8.2. Impactos económicos y sobre la salud del PNIEC 2021-2030
 - 11.8.3. Objetivos y resultados del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima, 2021 2030
- 11.9. Economía Circular
 - 11.9.1. La Economía Circular
 - 11.9.2. Legislación y estrategias de apoyo a la Economía Circular
 - 11.9.3. Diagramas del sistema de la Economía Circular
- 11.10. Memorias de sostenibilidad
 - 11.10.1. Comunicación de la gestión de la responsabilidad social
 - 11.10.2. Ley 11/2018. Reporte de información no financiera
 - 11.10.3. El proceso de elaboración de un informe de sostenibilidad según GRI

Módulo 12. Fuentes de energía

- 12.1. Combustibles fósiles
 - 12.1.1. Carbón
 - 12.1.2. Gas natural
 - 12.1.3. Petróleo

- 12.2. Electricidad
 - 12.2.1. La electricidad
 - 12.2.2. Generación eléctrica
 - 12.2.3. Usos de la electricidad
- 12.3. Energía nuclear
 - 12.3.1. La energía nuclear
 - 12.3.2. Plantas nucleares
 - 12.3.3. Oportunidades ambientales
 - 12.3.4. Riesgos ambientales
 - 12.3.5. Tratamiento de residuos nucleares
- 12.4. Energía solar
 - 12.4.1. Generación eléctrica
 - 12.4.2. Generación térmica
 - 12.4.3. Centrales solares
 - 12.4.4. Riesgos y oportunidades
- 12.5. Energía eólica
 - 12.5.1. Parques eólicos
 - 12.5.2. Ventajas y desventajas
 - 12.5.3. Microgeneración
- 12.6. Biomasa
 - 12.6.1. Métodos termoquímicos y bioquímicos
 - 12.6.2. Mercado de la biomasa
 - 12.6.3. Ventajas y desventajas
- 12.7. Geotermia
 - 12.7.1. Yacimientos geotérmicos
 - 12.7.2. Generación eléctrica
 - 12.7.3. Ventajas y desventajas
- 12.8. Otras energías renovables
 - 12.8.1. Energía hidráulica
 - 12.8.2. Energía mareomotriz
 - 12.8.3. Energía undimotriz

tech 26 | Plan de estudios

- 12.9. Fuentes de energía en desarrollo
 - 12.9.1. Hidrógeno verde
 - 12.9.2. Energía oceanotérmica
 - 12.9.3. Biogás y biometano
- 12.10. Fuentes energéticas para movilidad
 - 12.10.1. Movilidad eléctrica
 - 12.10.2. Vehículos a GNC
 - 12.10.3. Otras alternativas para la movilidad sostenible

Módulo 13. Energía eléctrica

- 13.1. Energía eléctrica. Tensión, intensidad, potencia y energía
 - 13.1.1. Tensión e intensidad
 - 13.1.2. Energía activa, reactiva y aparente
 - 13.1.3. Potencia eléctrica. Curvas de carga
- 13.2. Transformación de energía
 - 13.2.1. Transformadores de potencia
 - 13.2.2. Transporte eléctrico
 - 13.2.3. Distribución eléctrica
- 13.3. Sistemas consumidores de energía eléctrica: motores eléctricos
 - 13.3.1. Aplicaciones, bombas, ventiladores y compresores
 - 13.3.2. Variadores de frecuencia
 - 13.3.3. Sistemas consumidores basados en motores: climatización por bomba de calor
- 13.4. Otros sistemas consumidores de electricidad
 - 13.4.1. Efecto Joule
 - 13.4.2. Iluminación
 - 13.4.3. Sistemas alimentados en corriente continua
- 13.5. Facturación eléctrica
 - 13.5.1. Legislación
 - 13.5.2. Tarifas eléctricas
 - 13.5.3. Término de la facturación eléctrica

- 13.6. Unidades de medida de consumo de combustible y su transformación en unidades energéticas
 - 13.6.1. Energía producida por la combustión: PCI y PCS
 - 13.6.2. Medidas volumétricas de líquidos combustibles
 - 13.6.3. Medidas volumétricas de gases combustibles. Establecimiento y cálculo de las condiciones normales
- 13.7. Sistemas de combustión y elementos combustibles
 - 13.7.1. Rendimiento de combustión
 - 13.7.2. Quemadores
 - 13.7.3. Transferencia de calor
- 13.8. Calderas
 - 13.8.1. Cálculo del rendimiento de calderas por método directo e indirecto
 - 13.8.2. Tipos de fluidos caloportantes
 - 13.8.3. Calderas de vapor
- 13.9. Otros equipos con consumo de combustible
 - 13.9.1. Hornos
 - 13.9.2. Motores
 - 13.9.3. Grupos electrógenos
- 13.10. Facturación de combustibles
 - 13.10.1. Legislación
 - 13.10.2. Tarifas gas natural
 - 13.10.3. Términos de la facturación de gas natural

Módulo 14. Herramientas de gestión energética

- 14.1. Marco normativo energético
 - 14.1.1. Directiva Europea de Eficiencia Energética
 - 14.1.2. Transposiciones de la directiva al mercado nacional
 - 14.1.3. Principales normativas energéticas
- 14.2. Inspecciones reglamentarias
 - 14.2.1. Inspecciones de climatización
 - 14.2.2. Inspecciones de alta/baja tensión
 - 14.2.3. Otras inspecciones reglamentarias

- 14.3. Auditorías energéticas
 - 14.3.1. Desarrollo de una auditoría energética. Identificación de oportunidades de mejora
 - 14.3.2. UNE EN 16247-1:2012
 - 14.3.3. Real Decreto 56/2016
- 14.4. Herramientas de simulación energética
 - 14.4.1. Simulaciones lumínicas
 - 14.4.2. Simulaciones de climatización
 - 14.4.3. Simulaciones de demanda energética de edificios
- 14.5. Gestión de suministros: monitorización
 - 14.5.1. Tipologías de monitorizaciones
 - 14.5.2. Plataformas de gestión energética
 - 14.5.3. Equipamientos fundamentales
- 14.6. Servicios energéticos
 - 14.6.1. Servicios energéticos
 - 14.6.2. Empresas de servicios energéticos
 - 14.6.3. Tipología de contratos
- 14.7. IPMVP
 - 14.7.1. Cálculo de ahorros. Modelos de coste evitado y ahorro normalizado
 - 14.7.2. Opciones A, B, C y D
 - 14.7.3. Establecimiento de líneas base
- 14.8. Planes Directores de eficiencia energética
 - 14.8.1. Metodología de elaboración de un Plan Director
 - 14.8.2. Modelos de gestión
 - 14.8.3. Eficiencia energética dentro de un Plan Director
- 14.9. Gestión de activos
 - 14.9.1. En qué consiste la gestión de activos
 - 14.9.2. ISO 55001 gestión de activos
 - 14.9.3. Beneficios de la aplicación de la Gestión de activos

- 14.10. Ayudas y subvenciones
 - 14.10.1. Ayudas y subvenciones europeas
 - 14.10.2. Ayudas y subvenciones nacionales
 - 14.10.3. Ayudas y subvenciones regionales

Módulo 15. Evaluación de Impacto ambiental y estrategias de adaptación al cambio climático

- 15.1. Estrategias empresariales para el cambio climático
 - 15.1.1. Efecto invernadero y cambio climático: causas y consecuencias
 - 15.1.2. Proyecciones del cambio climático
 - 15.1.3. La acción empresarial contra el cambio climático. Hoja de ruta para la integración del cambio climático en la empresa
- 15.2. Evaluación de impacto ambiental: Ley 21/2013
 - 15.2.1. La evaluación de impacto ambiental
 - 15.2.2. Procedimiento administrativo del análisis de impacto ambiental
 - 15.2.3. Proyectos sometidos a Evaluación Ambiental
- 15.3. Identificación y clasificación de factores ambientales
 - 15.3.1. Catálogo ambiental. Variables ambientales
 - 15.3.2. Búsqueda de información e inventario ambiental
 - 15.3.3. Valoración del inventario
- 15.4. Evaluación y valoración de impactos ambientales de un proyecto
 - 15.4.1. Análisis ambiental de un proyecto
 - 15.4.2. Situación preoperacional
 - 15.4.3. Fase de construcción, explotación y abandono
 - 15.4.4. Métodos cuantitativos
- 15.5. Medidas preventivas y correctoras
 - 15.5.1. Acciones preventivas
 - 15.5.2. Acciones correctivas
 - 15.5.3. Acciones compensatorias

tech 28 | Plan de estudios

- 15.6. Programa de vigilancia ambiental
 - 15.6.1. PVA
 - 15.6.2. Objetivos y Estructura de un PVA
 - 15.6.3. Fases de elaboración de un PVA
- 15.7. Evaluación ambiental estratégica
 - 15.7.1. Contexto normativo europeo (Directiva 2001 / 42 / CE)
 - 15.7.2. Modalidades de integración de la dimensión ambiental
 - 15.7.3. Evaluación ambiental en las fases del programa
- 15.8. Plan Nacional de adaptación al cambio climático
 - 15.8.1. El cambio climático: impactos y riesgos
 - 15.8.2. Objetivos del Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático 2021 2030
 - 15.8.3. Objetivos por ámbitos de trabajo
- 15.9. Análisis de riesgos y oportunidades del cambio climático
 - 15.9.1. Normativa relacionada con riesgos ambientales
 - 15.9.2. Análisis y evaluación de riesgos ambientales
 - 15.9.3. Gestión del riesgo
- 15.10. Desarrollo de planes de adaptación al cambio climático para organizaciones
 - 15.10.1. Adaptación al cambio climático
 - 15.10.2. Evaluación de la vulnerabilidad al cambio climático
 - 15.10.3. Metodología de priorización de medidas de adaptación al cambio climático

Módulo 16. Contaminación y gestión de aguas y residuos

- 16.1. Gestión y contaminación del agua
 - 16.1.1. Gestión de agua
 - 16.1.2. Ciclo hidrológico del agua
 - 16.1.3. Diagnóstico del agua
 - 16.1.4. Caracterización de aguas residuales
 - 16.1.5. ETAP, EDAM y EDAR. Definición y esquemas típicos de funcionamiento
- 16.2. Marco regulatorio del agua
 - 16.2.1. Marco legal
 - 16.2.2. Jerarquía normativa
 - 16.2.3. Carta Europea del Agua
 - 16.2.4. Tramitación de un expediente sancionador

- 16.3. Distribución de usos y demanda de agua
 - 16.3.1. Gestión de la demanda
 - 16.3.2. Tipos de usos o demandas
 - 16.3.3. Dotación. Ratios de dotación
 - 16.3.4. Coste del agua y la energía derivada de su calentamiento para ACS
- 16.4. Medidas para la gestión y uso eficiente del aqua
 - 16.4.1. Criterio de ecológico. Factor de consumo (Fco y Fcr), factor de corrección ecológica (Fce) y nivel de eficacia (Ne)
 - 16.4.2. De la Resolución MAH/1603/2004 a la OGUEA
 - 16.4.3. Gestión y optimización en instalaciones
- 16.5. Plan de gestión sostenible del agua
 - 16.5.1. Origen del Plan Sostenible del Agua. Objeto y alcances
 - 16.5.2. Partes a incluir en un PGSA
 - 16.5.3. La organización y programación
 - 16.5.4. Implantación del PGSA
 - 16.5.5. Comprobaciones y acciones correctivas
- 16.6. Gestión de residuos sólidos
 - 16.6.1. Residuo y subproducto
 - 16.6.2. Tipos de residuos
 - 16.6.3. Etapas de la gestión de residuos
- 16.7. Marco regulatorio de residuos
 - 16.7.1. Estrategias de la UE sobre la gestión de residuos
 - 16.7.2. Estrategias nacionales sobre la gestión de residuos
 - 16.7.3. Política futura en la gestión de residuos
- 16.8. Residuos sólidos urbanos e industriales
 - 16.8.1. Producción de RSU
 - 16.8.2. Sistemas de gestión de RSU
 - 16.8.3. Caracterización y clasificación de residuos industriales
 - 16.8.4. Sistemas de gestión de residuos industriales

Plan de estudios | 29 tech

- 16.9. Valoración energética de residuos
 - 16.9.1. Métodos de valorización
 - 16.9.2. Viabilidad de la valorización
 - 16.9.3. Técnicas de recuperación
- 16.10. Zero Waste
 - 16.10.1. Residuos cero
 - 16.10.2. Requisitos y metodología de residuos cero
 - 16.10.3. Las 5Rs: Rechazar, Reducir, Reutilizar, Reparar y Reciclar

Módulo 17. Herramientas de gestión ambiental

- 17.1. Mercados de carbono
 - 17.1.1. Mecanismos de flexibilidad del Protocolo Kioto (PK)
 - 17.1.2. Regímenes Cap and Trade y Fondos de Carbono
 - 17.1.3. Mercados voluntarios de carbono
- 17.2. Huella de carbono de organización
 - 17.2.1. Estándares metodológicos de referencia
 - 17.2.2. Alcances para huella de carbono de organización
 - 17.2.3. Proceso de cálculo
- 17.3. Huella de carbono de producto y eventos
 - 17.3.1. Estándares metodológicos de referencia
 - 17.3.2. Alcances para huella de carbono de productos
 - 17.3.3. Alcances para huella de carbono de eventos
- 17.4. Herramientas de mitigación del cambio climático
 - 17.4.1. Reducción y limitación de emisiones
 - 17.4.2. Compensación de emisiones
 - 17.4.3. Ventajas empresariales. Certificaciones
- 17.5. Huella Hídrica
 - 17.5.1. Etapas y unidades
 - 17.5.2. Diferenciación de tipos de agua para cálculos de huella hídrica
 - 17.5.3. La Huella Hídrica para empresas
- 17.6. Análisis de ciclo de vida
 - 17.6.1. Diferenciación de enfoques
 - 17.6.2. Proceso de ACV
 - 17.6.3. Herramientas informáticas para ACV

- 17.7. Ecodiseño y etiquetado ecológico
 - 17.7.1. Normalización del ecodiseño
 - 17.7.2. Tipologías de etiquetado ecológico
 - 17.7.3. Proceso de etiquetado ecológico
- 17.8. LEED y BREEAM
 - 17.8.1. El valor de la certificación de edificación sostenible
 - 17.8.2. Enfoques de ambas certificaciones
 - 17.8.3. Comparativa técnica entre ambas certificaciones
- 17.9. Otras certificaciones de edificios sostenibles
 - 17.9.1. Passive House
 - 17.9.2. WELL
 - 17.9.3. VERDE
- 17.10. Certificación energética de edificios
 - 17.10.1. Eficiencia energética en la edificación
 - 17.10.2. Condiciones técnicas y procedimientos
 - 17.10.3. Principales programas de cálculo

Módulo 18. Sistemas de gestión energética

- 18.1. Sistemas de gestión: ISO 50001
 - 18.1.1. Norma de referencia y otras normas asociadas
 - 18.1.2. Enfoque del desempeño energético
 - 18.1.3. Correspondencia entre la ISO 50001:2018 y la ISO 50001:2011
- 18.2. Contexto de la organización y liderazgo
 - 18.2.1. Alcance
 - 18.2.2. Política energética
 - 18.2.3. Identificación de las partes interesadas y evaluación de riesgos y oportunidades
- 18.3. Revisión energética
 - 18.3.1. Identificación de las fuentes energéticas
 - 18.3.2. Determinación de los usos significativos de la energía
 - 18.3.3. Identificación de variables y factores estáticos
 - 18.3.4. Cálculo del desempeño energético
 - 18.3.5. Estimación de consumos futuros
 - 18.3.6. Identificación de oportunidades de mejora

tech 30 | Plan de estudios

18.4 Línea hase e indicadores de desemneño energético

10.1.	Lii ica be	ioe e maioadoreo de desempeno energenos
	18.4.1.	Establecimiento del periodo de referencia
	18.4.2.	Establecimiento de indicadores de desempeño energético
	18.4.3.	Seguimientos de consumos, líneas base e indicadores
18.5.	Apoyo	
	18.5.1.	Necesidades formativas dentro del SGEn
	18.5.2.	Comunicaciones dentro del SGEn
	18.5.3.	Control de la documentación
18.6.	Operaci	ón: mantenimiento y operaciones
	18.6.1.	Establecimiento de los criterios de operación más eficientes
	18.6.2.	Establecimiento de las gamas de mantenimiento más eficientes
	18.6.3.	Ahorro energético derivado del mantenimiento predictivo
18.7.	Operaci	ón: diseño de instalaciones eficientes
	18.7.1.	Compras de equipos consumidores de energía
	18.7.2.	Diseño de nuevas instalaciones térmicas
	18.7.3.	Diseño de nuevas instalaciones de iluminación
18.8.	Evaluac	ión del desempeño
	18.8.1.	Evaluación del cumplimiento de los requisitos legales
	18.8.2.	Auditoría interna como herramienta fundamental
	18.8.3.	Revisión por la dirección. Objetivos y puntos que debe tratar
18.9.	Mejora	
	18.9.1.	No conformidades y acciones correctivas
	18.9.2.	La mejora continua del SGEn
	18.9.3.	La mejora continua del desempeño energético
18.10	. Concien	ciación sobre la eficiencia energética
	18.10.1.	Los usuarios de las instalaciones como personal clave de SGEn
	18.10.2.	Modelos de campaña de concienciación
	18.10.3.	Caso de éxito

Módulo 19. Sistemas de gestión ambiental

- 19.1. Sistemas de gestión: ISO 14001
 - 19.1.1. Sistemas de gestión ambiental
 - 19.1.2. Beneficios del sistema de gestión ambiental
 - 19.1.3. Fases en la implantación de un SGA
- 19.2. Contexto de la organización y liderazgo
 - 19.2.1. Comprensión de la organización, su contexto y sus partes interesadas
 - 19.2.2. Alcance del sistema
 - 19.2.3. Política ambiental
 - 19.2.4. Roles y responsabilidades
- 19.3. Planificación: aspectos e impactos ambientales
 - 19.3.1. Aspectos e impactos ambientales: relación causa efecto
 - 19.3.2. Identificación de aspectos ambientales
 - 19.3.3. Evaluación de aspectos ambientales
- 19.4. Planificación: objetivos, riesgos y oportunidades
 - 19.4.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades
 - 19.4.2. Requisitos legales
 - 19.4.3. Objetivos ambientales y planificación para lograrlos
- 19.5. Apoyo: recursos, competencia y toma de conciencia
 - 19.5.1. Recursos
 - 19.5.2. Competencia
 - 19.5.3. Toma de conciencia
- 19.6. Apoyo: comunicación e información documentada
 - 19.6.1. Comunicación ambiental interna y externa
 - 19.6.2. Información documentada
 - 19.6.3. Control de documentación
- 19.7. Operación
 - 19.7.1. Planificación y control operacional
 - 19.7.2. Perspectiva de análisis de ciclo de vida
 - 19.7.3. Preparación y respuesta ante emergencias

Plan de estudios | 31 tech

- 19.8. Evaluación del desempeño
 - 19.8.1. Seguimiento, medición, análisis y evaluación
 - 19.8.2. Auditoría interna
 - 19.8.3. Revisión por la dirección
- 19.9. Mejora
 - 19.9.1. No conformidades y acciones correctivas
 - 19.9.2. La mejora continua del SGA
 - 19.9.3. La mejora continua del desempeño ambiental
- 19.10. Transición de ISO 14001 a EMAS
 - 19.10.1. El reglamento EMAS
 - 19.10.2. Transición de ISO 14001 a EMAS
 - 19.10.3. ISO 14001 vs. EMAS

Módulo 20. Auditorías de los sistemas de gestión

- 20.1. Auditorías de sistemas de gestión
 - 20.1.1. Características de las auditorías de sistemas de gestión
 - 20.1.2. Tipos de auditorías de sistema de gestión
 - 20.1.3. Principios de auditoría para sistemas de gestión
- 20.2. Estándares y organismos involucrados
 - 20.2.1. Actores y organismos involucrados
 - 20.2.2. Proceso de certificación
 - 20.2.3. UNE-EN ISO 19011
- 20.3. Gestión de un programa de auditoría
 - 20.3.1. Programa de auditoría
 - 20.3.2. Establecimiento de los objetivos del programa de auditoría
 - 20.3.3. Riesgos y oportunidades del programa de auditoría
- 20.4. Realización de una auditoría
 - 20.4.1. Inicio de auditoría y preparación de actividades
 - 20.4.2. Realización de las actividades de auditoría
 - 20.4.3. Conclusiones y cierre de auditoría
- 20.5. Competencia y evaluación de los auditores
 - 20.5.1. Responsabilidades y funciones de los auditores
 - 20.5.2. Determinación de la competencia del auditor y personal auditado
 - 20.5.3. Selección del equipo auditor

- 20.6. Herramientas y técnicas de aplicación. Desarrollo de la auditoría
 - 20.6.1. Técnicas de entrevistas
 - 20.6.2. Listas de chequeo o verificación
 - 20.6.3. Modelos de listas de verificación
- 20.7. Herramientas y técnicas de aplicación. Informe final
 - 20.7.1. Preparación de informe de auditoría
 - 20.7.2. Distribución de informes de auditoría
 - 20.7.3. Modelos de informes de auditoría
- 20.8. Herramientas y técnicas de aplicación. Tratamiento de hallazgos
 - 20.8.1. Generación de hallazgos de auditoría
 - 20.8.2. Tratamiento de hallazgos de auditoría
 - 20.8.3. Planes de acciones correctivas
- 20.9. Aspectos particulares de las auditorías de los sistemas de gestión ambiental
 - 20.9.1. Verificación de las metodologías de identificación y evaluación de aspectos ambientales
 - 20.9.2. Criterios específicos de validación de los aspectos ambientales
 - 20.9.3. Visita a las instalaciones durante el proceso de auditoría
- 20.10. Aspectos particulares de las auditorías de los sistemas de gestión de la energía
 - 20.10.1. Verificación de las metodologías de recopilación de consumos de energía
 - 20.10.2. Criterios para la validación del desempeño energético
 - 20.10.3. Visita a las instalaciones durante el proceso de auditoría



Fortalecerás tus habilidades de comunicación y negociación, permitiéndote influir en diversos stakeholders y promover un cambio positivo en la cultura empresarial"

04 Objetivos docentes

El Grand Master en Alta Dirección de Sostenibilidad en la Empresa proporcionará a los profesionales las herramientas y conocimientos necesarios para liderar la incorporación de la sostenibilidad en la gestión empresarial. Este programa formará a directivos capaces de comprender y afrontar los retos ambientales, sociales y éticos que enfrentan las organizaciones. Asimismo, mediante un enfoque multidisciplinario, los egresados adquirirán competencias estratégicas para tomar decisiones informadas que integren de manera equilibrada los objetivos financieros con el impacto social y ambiental.

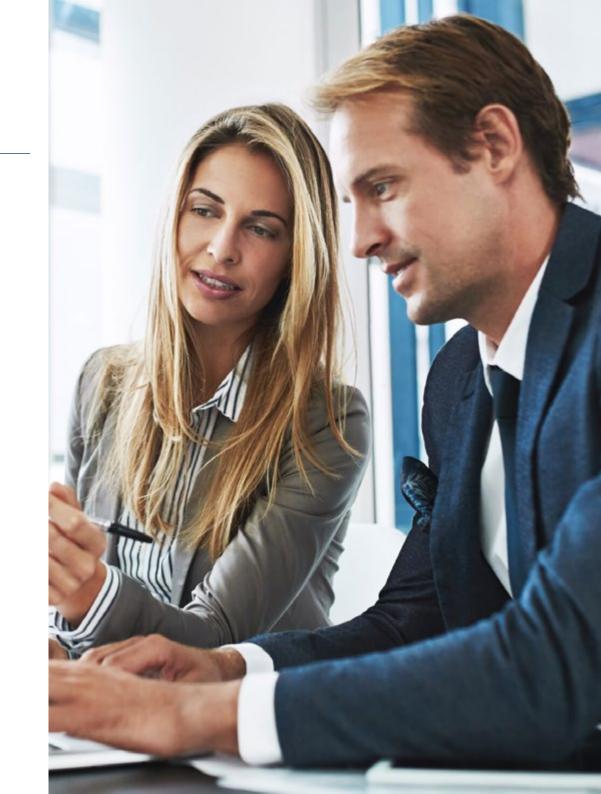


tech 34 | Objetivos docentes



Objetivos generales

- Integrar criterios de sostenibilidad en la toma de decisiones empresariales
- Liderar proyectos orientados al desarrollo sostenible en organizaciones
- Diseñar estrategias corporativas con enfoque ambiental, social y económico
- Evaluar el impacto ambiental de procesos y operaciones empresariales
- Implementar sistemas de gestión sostenible en distintas áreas de la empresa
- Fomentar una cultura organizacional comprometida con la sostenibilidad
- Identificar riesgos y oportunidades asociados al cambio climático
- Promover la economía circular en modelos de negocio innovadores
- Desarrollar políticas de responsabilidad social empresarial efectivas
- Coordinar acciones sostenibles con los distintos grupos de interés
- Aplicar herramientas para medir la huella ecológica y social corporativa
- Impulsar la innovación sostenible dentro del ecosistema empresarial
- Alinear la estrategia empresarial con los Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Gestionar la transparencia y rendición de cuentas en sostenibilidad
- Diseñar indicadores clave de desempeño sostenible
- Optimizar recursos y procesos para minimizar el impacto ambiental
- Desarrollar planes de acción frente a crisis ambientales y sociales
- Evaluar el cumplimiento normativo en materia de sostenibilidad
- Impulsar la transformación verde en cadenas de suministro
- Promover modelos de liderazgo ético y sostenible en la alta dirección





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

tech 36 | Objetivos docentes

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. La gestión ambiental y energética de organizaciones

- Analizar los principios básicos de la Sostenibilidad y su impacto en la gestión organizacional
- Comprender los retos ambientales, sociales y económicos actuales en el contexto Empresarial
- Estudiar las normativas internacionales que regulan las prácticas sostenibles en las organizaciones
- Explorar el papel de la responsabilidad social corporativa en la Sostenibilidad Empresarial

Módulo 12. Fuentes de energía

- Identificar los principales desafíos de la gestión ambiental y energética
- Evaluar los impactos ambientales de las actividades Empresariales y su mitigación
- Implementar estrategias de eficiencia energética en el ámbito organizacional
- Analizar el marco legal de la gestión energética y ambiental

Módulo 13. Energía eléctrica

- Examinar las principales fuentes de energía fósil y su impacto ambiental
- Explorar el potencial de las energías renovables para la transición energética
- Analizar la relevancia de la energía nuclear en el contexto de la Sostenibilidad
- Evaluar las oportunidades de innovación en el sector energético

Módulo 14. Herramientas de gestión energética

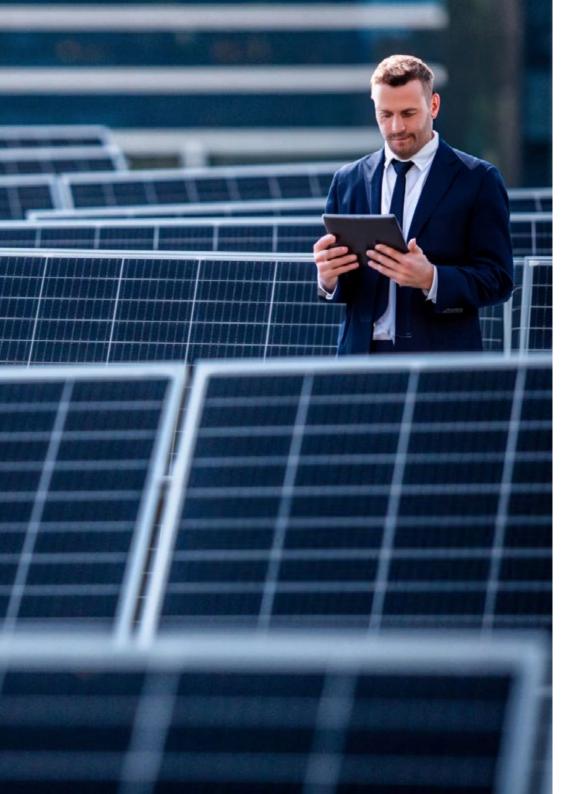
- Desarrollar auditorías energéticas para identificar oportunidades de mejora
- Aplicar la normativa UNE EN 16247-1:2012 y el Real Decreto 56/2016 en auditorías
- Utilizar herramientas de simulación energética para evaluar consumos
- Realizar simulaciones lumínicas y de climatización en entornos corporativos

Módulo 15. Evaluación de Impacto ambiental y estrategias de adaptación al cambio climático

- Analizar los efectos del cambio climático en las actividades Empresariales
- Evaluar el impacto ambiental de proyectos mediante herramientas específicas
- Aplicar estrategias de adaptación al cambio climático en las organizaciones
- Implementar planes de reducción de emisiones de carbono

Módulo 16. Contaminación y gestión de aguas y residuos

- Comprender el ciclo del agua y su gestión eficiente en entornos corporativos
- Analizar la gestión de residuos sólidos urbanos e industriales
- Implementar medidas de minimización de residuos y su valorización energética
- Desarrollar planes de gestión sostenible del agua en las organizaciones



Módulo 17. Herramientas de gestión ambiental

- Aplicar metodologías de cálculo de la huella de carbono e hídrica
- Implementar estrategias de reducción y compensación de emisiones
- Evaluar el ciclo de vida de productos desde una perspectiva sostenible
- Promover la certificación ambiental a través de estándares internacionales

Módulo 18. Sistemas de gestión energética

- Desarrollar sistemas de gestión energética bajo la normativa ISO 50001
- Evaluar el desempeño energético de las organizaciones
- Identificar oportunidades de mejora en el consumo energético
- Implementar campañas de concienciación sobre eficiencia energética

Módulo 19. Sistemas de gestión ambiental

- Implementar sistemas de gestión ambiental bajo la norma ISO 14001
- Evaluar aspectos e impactos ambientales en las organizaciones
- Desarrollar políticas ambientales adaptadas a los objetivos Empresariales
- Supervisar auditorías internas de sistemas de gestión ambiental

Módulo 20. Auditorías de sistemas de gestión

- Desarrollar auditorías de sistemas de gestión ambiental y energética
- Aplicar los principios de auditoría según la norma UNE-EN ISO 19011
- Identificar no conformidades y proponer acciones correctivas
- Evaluar el cumplimiento de requisitos legales en sistemas de gestión





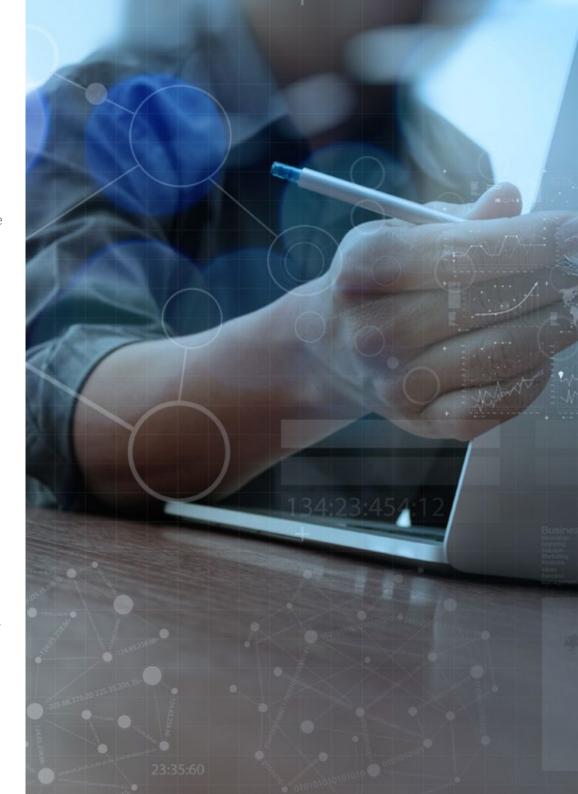
tech 40 | Salidas profesionales

Perfil del egresado

El egresado contará con una sólida preparación en gestión estratégica, habilidades de liderazgo y conocimientos avanzados en sostenibilidad, energías renovables y responsabilidad social corporativa. Asimismo, estará capacitado para aplicar herramientas innovadoras orientadas a la optimización de recursos, la gestión eficiente de la cadena de valor y la integración de políticas medioambientales y energéticas. Poseerá una visión integral y estratégica, capaz de diseñar e implementar planes de negocio que no solo busquen el éxito económico, sino también el bienestar social y ambiental, consolidándose como un líder responsable y visionario en su sector.

Te convertirás en un profesional altamente capacitado para liderar procesos de transformación empresarial hacia modelos sostenibles y competitivos en un entorno globalizado.

- Liderazgo Estratégico Sostenible: liderar y tomar decisiones estratégicas que integren la sostenibilidad en la empresa, garantizando un enfoque a largo plazo que favorezca, tanto el rendimiento económico, como el impacto social y ambiental
- Gestión Eficiente de Recursos: optimizar recursos naturales, humanos y tecnológicos, implementando políticas que mejoren la eficiencia operativa y reduzcan la huella ecológica de la empresa
- Capacidad para Desarrollar Estrategias de Innovación Sostenible: diseñar e implementar políticas innovadoras que fomenten la competitividad y sostenibilidad de la empresa, adaptándola a las regulaciones ambientales vigentes
- Habilidades en Gestión del Impacto Ambiental y Energético: realizar auditorías energéticas y evaluaciones de impacto ambiental, desarrollando planes que mitiguen los efectos negativos de las operaciones y optimicen el uso de los recursos



Salidas profesionales | 41 tech

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

- **1. Director de Sostenibilidad:** líder de la implementación de las políticas y estrategias de sostenibilidad, asegurando que las operaciones sean ambientalmente responsables y alineadas con los estándares internacionales de sostenibilidad.
- 2. Chief Executive Officer (CEO): coordinador de la empresa hacia un modelo de negocio sostenible, tomando decisiones estratégicas que promuevan el crecimiento económico y el respeto por el medio ambiente.
- **3. Gerente de Responsabilidad Social Corporativa (RSC):** diseñador de programas de responsabilidad social que beneficien a la comunidad, mejoren la imagen corporativa y fortalezcan el compromiso ambiental y social.
- **4. Consultor en Sostenibilidad Corporativa:** asesor en empresas sobre cómo incorporar prácticas sostenibles en sus operaciones, desde la eficiencia energética, hasta la reducción de la huella de carbono.
- **5. Director de Innovación y Tecnología Sostenible:** líder encargado de integrar nuevas tecnologías en los procesos empresariales que mejoren la sostenibilidad, optimicen el uso de recursos y reduzcan el impacto ambiental de la empresa.
- **6. Gerente de Energía y Medio Ambiente:** gestor del uso de recursos energéticos y naturales en la empresa, promoviendo políticas de eficiencia energética, reducción de emisiones y gestión responsable de residuos y aqua.
- **7. Director de Estrategia Corporativa:** encargado de formular estrategias empresariales a largo plazo, asegurando que estén alineadas con los objetivos de sostenibilidad y competitividad en un entorno globalizado.

- **8. Jefe de Operaciones Ambientales:** supervisor de la gestión ambiental, como auditorías energéticas, análisis de impacto ambiental y la implementación de sistemas de gestión ambiental.
- **9. Responsable de Gestión de Recursos Humanos Sostenibles:** encargado de integrar políticas laborales y de bienestar que fomenten un entorno de trabajo responsable y justo, alineado con los principios de sostenibilidad.
- **10. Director de Marketing Sostenible:** encargado de desarrollar y ejecutar estrategias de Marketing que promuevan los productos y servicios de la empresa bajo una óptica de sostenibilidad, generando una imagen positiva.



Diseñarás y aplicarás estrategias corporativas innovadoras que alineen a la empresa con los estándares internacionales en sostenibilidad, mientras optimizas la eficiencia y efectividad de sus operaciones"





El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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









Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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



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

tech 46 | Metodología de estudio

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



tech 48 | Metodología de estudio

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

Metodología de estudio | 49 **tech**

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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

tech 50 | Metodología de estudio

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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

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





Lecturas complementarias

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



Case Studies

Completarás una selección de los mejores case studies de la materia.

Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

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

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



Guías rápidas de actuación

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







tech 54 | Cuadro docente

Directora Invitada Internacional

Con una excepcional trayectoria profesional, Sarah Carson ha centrado sus investigaciones en el cumplimiento de las normativas medioambientales y la sostenibilidad en la enseñanza superior. Por más de 3 décadas ha formado parte del equipo de estudios de la Universidad Cornell, encargado de implementar y analizar el impacto de las políticas para el cuidado de los recursos naturales. Gracias a su experiencia en esa área de especialización, ha sido elegida para liderar la Oficina de Sostenibilidad del Campus de dicha institución.

De ese modo, la experta dirige los proyectos de suministro de electricidad, destinados a reducir la huella de carbono en el centro de estudios superiores. Así, ha innovado con tecnologías que ayudan, por ejemplo, a mantener altas temperaturas durante el invierno en las instalaciones educativas. De manera específica, su equipo ha apostado por implementar una fuente de calor geotérmica renovable llamada "calor de fuente terrestre" cuyos ventajosos resultados ya figuran en varios informes de impacto global.

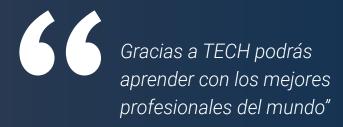
Al mismo tiempo, ha participado activamente en la política energética de Nueva York, relacionada con la generación de energía renovable. Para ello, ha colaborado en el programa de voluntariado para la Iniciativa Regional de Gases de Efecto Invernadero en el mencionado estado norteamericano. Esta última se basa en el modelo Tope y Comercio, que permite a la institución universitaria, al gobierno local y a otros participantes reclamar créditos de energía renovable.

En cuanto a su vida académica, Carson se licenció en **Gestión y Política de Recursos Naturales** por la Universidad Estatal de Carolina del Norte. Además, se graduó en **Ciencias y Políticas Medioambientales** en la Facultad de Ciencias Medioambientales y Silvicultura de la Universidad Estatal de Nueva York.



Dña. Carson, Sarah

- Directora de la Oficina de Sostenibilidad de la Universidad Cornell, Nueva York, Estados Unidos
- Responsable de Acción Climática del Campus de la Universidad Cornell
- Especialista en Gestión Medioambiental de la Universidad Cornell
- Responsable de Información Medioambiental de la Universidad Cornell
- Licenciatura en Gestión y Política de Recursos Naturales por la Universidad Estatal de Carolina del Norte
- Licenciatura en Ciencias y Políticas Medioambientales por la Universidad Estatal de Nueva York



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, 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



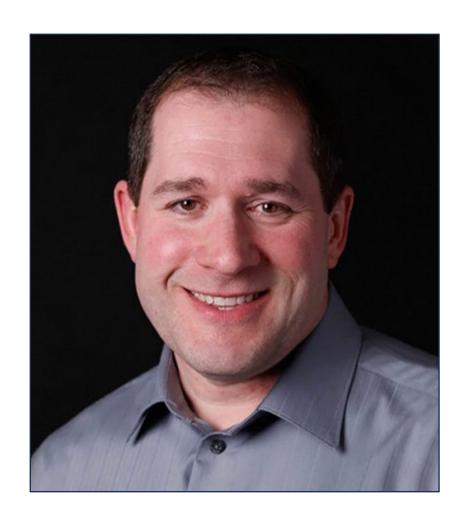
TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global"

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"

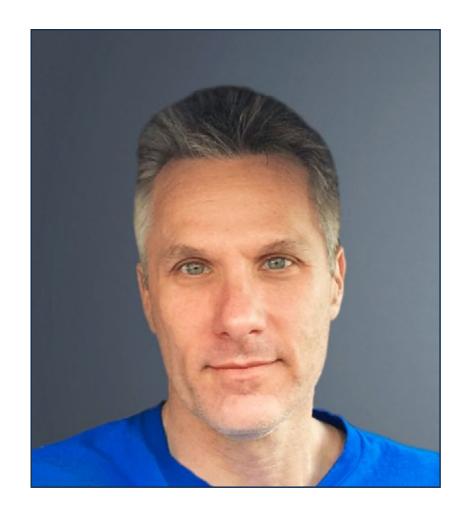
Director Invitado Internacional

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!"

tech 72 | Cuadro docente

Dirección



D. Abreu Acosta, Guzmán

- Técnico en Ordenación Territorial y Medioambiental en Canarias S.A.
- Auditor de Prevención de Riesgos Laborales, Especialización en OSHAS 18001
- Abogado en Despacho propio, especializado en Derecho Urbanístico y Medio Ambiente

Docentes

D. Bueno Márquez, Pedro

- Técnico de la Dirección General de Formación Profesional, Consejería de Educación y Deporte
- Profesor Técnico de Formación Profesional en la Consejería de Educación y Deporte
- Técnico de la Agencia Andaluza de la Energía
- Ingeniero de Proyectos en Aldesa Ingeniería y Servicios
- Ingeniero de Proyectos en el Grupo Andaluz de Estudios, Grande SL
- Ingeniería Química por la Universidad de Huelva
- Postgrado en Gestión y Desarrollo de Energías Renovables por la Universidad Católica de Ávila

D. Contreras Acuña, Manuel

- Investigador Contratado Departamento: Química y Ciencia de los Materiales
- Doctor en Ciencias Química Facultad de Ciencias Experimentales, Universidad de Huelva
- Máster en Técnicas Instrumentales en Química, Facultad de Ciencias Experimentales, Universidad de Huelva
- Triple Máster en Prevención de Riesgos Laborales, Gestión de la Calidad y el Medioambiente
- Profesor Sustituto Interino Departamento: Química y Ciencia de los Materiales

D. Palanco Yanque, César

- Director-Gerente en INTENSA PROMILAB
- Especialista Independiente en Servicios de Ingeniería
- Técnico de Instalaciones en TOGOGAS Huelva SL
- Production Manager en AZVI en Sevilla y Bucarest
- Project Manager en SACONSA
- Ingeniero Industrial, Especialista en Electromecánica por la Universidad de Huelva

Dña. Granell García, Lilia

- Gerente en Cercan, consultora de Energía Renovables Canarias
- Gerente y Administradora de ReCap Solar
- Coordinadora de Consultoría en Proyectos Energéticos 40, S.L.
- Asesora científica para el Ayuntamiento de La Laguna
- Directora técnica y comercial de SEIFERMANN y Grupo SOTEC
- Doctora en Física y Física Nuclear por Universidad Estatal M.V.
 Lomonósov de Moscú
- Licenciada en Ciencias Físicas, especialidad Física Fundamental, por la Universidad de La Laguna

D. Espinosa, César

- Coordinador jurídico de las Consejerías del Medio Rural y Marino y Medio Ambiente del Cabildo Insular de El Hierro
- Jefe del Servicio de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Arona
- Responsable técnico Geoparque Global de la UNESCO en El Hierro
- Responsable técnico Reserva Mundial de la Biosfera en El Hierro
- Licenciado en Derecho

Dña. De Aspe Doldán, Ana María

- Coordinador jurídico de las Consejerías del Medio Rural y Marino y Medio Ambiente del Cabildo Insular de El Hierro
- Jefe del Servicio de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Arona
- Responsable técnico Geoparque Global de la UNESCO en El Hierro
- Responsable técnico Reserva Mundial de la Biosfera en El Hierro
- Licenciado en Derecho

Dña. De los Reyes Flores, Marta

- Arguitecta Building Information Modeling
- Arquitecta en INECO
- Experta en Revit: BIM Expert
- Máster en Diseño de interiores por ESdesign Escuela Superior de Diseño de Barcelona
- Grado en Arquitectura por la Universidad de Castilla-La Mancha

D. Díaz Perdomo, Alberto

- Técnico de Administración General en el Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna
- Consultor y Auditor de Sistemas de Gestión de Calidad, Medioambiente y PRL y de planes de negocio en Intemas Asesores SL
- Máster en Calidad y medioambiente por la Escuela Europea de Negocios
- Licenciado en Economía por la Universidad de La Laguna





tech 76 | Titulación

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Grand Master en Alta Dirección de Sostenibilidad en la Empresa** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

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

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

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

Aval/Membresía



Título: Grand Master en Alta Dirección de Sostenibilidad en la Empresa

Modalidad: online

Duración: 2 años

Acreditación: 120 ECTS



tech global

salud Conficinza personas
salud Conficinza personas
información futores
garantía acrealización enseñanza
instituciones tecnología aprendiza
comunidad Complete Circumiversity

Grand Master Alta Dirección de Sostenibilidad en la Empresa

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



Aval/Membresía



Economics, Business and Enterprise Association

