

# Grand Master

## Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa

Aval/Membresía



Economics, Business  
and Enterprise Association



tech  
universidad



## Grand Master

### Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-gestion-proyectos-tecnologicos-empresa](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-gestion-proyectos-tecnologicos-empresa)

# Índice

01

Presentación del programa

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 8*

03

Plan de estudios

---

*pág. 12*

04

Objetivos docentes

---

*pág. 36*

05

Salidas profesionales

---

*pág. 44*

06

Licencias de software incluidas

---

*pág. 48*

07

Metodología de estudio

---

*pág. 52*

08

Cuadro docente

---

*pág. 62*

09

Titulación

---

*pág. 84*

# 01

# Presentación del programa

La gestión de proyectos tecnológicos se ha consolidado como un pilar estratégico para el crecimiento empresarial en un entorno global caracterizado por la innovación constante, la digitalización acelerada y la alta competitividad. Según el *Project Management Institute* (PMI), el 71% de las organizaciones considera que la gestión de proyectos efectiva es esencial para alcanzar sus objetivos estratégicos, especialmente en el ámbito tecnológico, donde el margen de error y la velocidad de implementación son determinantes para el éxito. En este contexto, TECH ha desarrollado este posgrado que surge como una respuesta académica avanzada y especializada. Con una metodología completamente online, los profesionales adquirirán herramientas técnicas, metodológicas y estratégicas para liderar proyectos de base tecnológica en entornos empresariales complejos y dinámicos.





“

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

Con la rápida evolución de las tecnologías, las empresas deben ser capaces de adaptarse y transformar sus procesos para mantenerse relevantes. En este sentido, la Gestión de Proyectos Tecnológicos es esencial para garantizar que las iniciativas tecnológicas se implementen de manera efectiva, respetando los plazos, presupuestos y objetivos organizacionales. Por ello, es vital que los profesionales adquieran las habilidades necesarias para liderar Proyectos Tecnológicos dentro de las instituciones, abordando aspectos clave como la gestión de riesgos, la innovación y el impacto de las tecnologías emergentes en los resultados empresariales.

En este marco, TECH lanza un vanguardista Grand Master en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa. Confeccionado por referencias en este ámbito, el plan de estudios ahondará en cuestiones que abarcan desde los fundamentos del *management* directivo o la gestión financiera, hasta el uso de herramientas tecnológicas de última generación para aumentar la precisión y calidad de las iniciativas. De este modo, los egresados serán capaces de gestionar Proyectos Tecnológicos de manera integral, abarcando tanto la planificación, como la ejecución. Así, se asegurarán de que se cumplan los objetivos en tiempo, costo y calidad.

Para afianzar todos estos contenidos didácticos, TECH empleará el vanguardista método del *Relearning*, consistente en la reiteración progresiva de los conceptos clave para su correcta asimilación. Además, la titulación universitaria proporcionará a los egresados una diversidad de análisis de casos prácticos reales, permitiéndoles ejercitarse en entornos simulados. Como adición, unos reputados Directores Invitados Internacionales impartirán unas disruptivas *Masterclasses* que proporcionarán al alumnado competencias avanzadas.

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 Gestión de Proyectos Tecnológicos 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 Gestión de Proyectos Tecnológicos 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 praxis empresarial
- ♦ 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



*Un prestigioso Director Invitado Internacional ofrecerá unas exclusivas Masterclasses para profundizar en las últimas tendencias en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa”*

“

*Dominarás Metodologías Ágiles para gestionar Proyectos Tecnológicos de manera flexible y adaptativa”*

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Gestión de Proyectos Tecnológicos 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 contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

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

*Implementarás estándares de calidad en todos los aspectos de las iniciativas, asegurando que los entregables cumplan con las expectativas del cliente y los requisitos técnicos.*

*Con el sistema Relearning de TECH no tendrás que invertir una gran cantidad de horas de estudio y te focalizarás en los conceptos más relevantes.*



02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

### La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

### Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

### El mejor claustro docente top internacional

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

Profesorado  
**TOP**  
Internacional



La metodología  
más eficaz

### Un método de aprendizaje único

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

### La mayor universidad digital del mundo

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

**nº1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

### La universidad online oficial de la NBA

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

### Líderes en empleabilidad

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



### Google Partner Premier

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



### La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



# 03

## Plan de estudios

Por medio de este completísimo Grand Master, los profesionales dispondrán de un conocimiento integral relativo a la Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa. En este sentido, el itinerario académico profundizará en áreas que abarcan desde los fundamentos del *management* directivo o el control económico de las iniciativas, hasta la implementación de metodologías ágiles como *Lean* para mejorar la eficiencia operativa de las organizaciones significativamente. De este modo, los egresados obtendrán competencias de liderazgo avanzadas para dirigir equipos de trabajo multidisciplinarios y superar cualquier reto tecnológico, garantizando el éxito sostenible de las entidades.





“

*Ahondarás en las metodologías más sofisticadas para asegurar que los Proyectos Tecnológicos destaquen por su elevada calidad”*

## Módulo 1. Liderazgo, ética y Responsabilidad Social de las empresas

- 1.1. Globalización y gobernanza
  - 1.1.1. Gobernanza y gobierno corporativo
  - 1.1.2. Fundamentos del gobierno corporativo en las empresas
  - 1.1.3. El rol del consejo de administración en el marco del gobierno corporativo
- 1.2. Liderazgo
  - 1.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
  - 1.2.2. Liderazgo en las empresas
  - 1.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 1.3. *Cross cultural management*
  - 1.3.1. Concepto de *cross cultural management*
  - 1.3.2. Aportaciones al conocimiento de culturas nacionales
  - 1.3.3. Gestión de la diversidad
- 1.4. Desarrollo directivo y liderazgo
  - 1.4.1. Concepto de desarrollo directivo
  - 1.4.2. Concepto de liderazgo
  - 1.4.3. Teorías del liderazgo
  - 1.4.4. Estilos de liderazgo
  - 1.4.5. La inteligencia en el liderazgo
  - 1.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 1.5. Ética empresarial
  - 1.5.1. Ética y moral
  - 1.5.2. Ética empresarial
  - 1.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 1.6. Sostenibilidad
  - 1.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
  - 1.6.2. Agenda 2030
  - 1.6.3. Las empresas sostenibles
- 1.7. Responsabilidad Social de la empresa
  - 1.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las empresas
  - 1.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la empresa
  - 1.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la empresa

- 1.8. Sistemas y herramientas de gestión responsable
  - 1.8.1. RSC: La Responsabilidad Social Corporativa
  - 1.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
  - 1.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de Responsabilidad Social Corporativa
  - 1.8.4. Herramientas y estándares de la Responsabilidad Social Corporativa
- 1.9. Multinacionales y Derechos Humanos
  - 1.9.1. Globalización, empresas multinacionales y Derechos Humanos
  - 1.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
  - 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de Derechos Humanos
- 1.10. Entorno legal y *corporate governance*
  - 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
  - 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
  - 1.10.3. Derecho internacional del trabajo

## Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

- 2.1. Análisis y diseño organizacional
  - 2.1.1. Marco Conceptual
  - 2.1.2. Factores clave en el diseño organizacional
  - 2.1.3. Modelos básicos de organizaciones
  - 2.1.4. Diseño organizacional: tipologías
- 2.2. Estrategia Corporativa
  - 2.2.1. Estrategia corporativa competitiva
  - 2.2.2. Estrategias de Crecimiento: tipologías
  - 2.2.3. Marco conceptual
- 2.3. Planificación y formulación estratégica
  - 2.3.1. Marco conceptual
  - 2.3.2. Elementos de la planificación estratégica
  - 2.3.3. Formulación estratégica: Proceso de la planificación estratégica
- 2.4. Pensamiento estratégico
  - 2.4.1. La empresa como un sistema
  - 2.4.2. Concepto de organización

- 2.5. Diagnóstico financiero
  - 2.5.1. Concepto de diagnóstico financiero
  - 2.5.2. Etapas del diagnóstico financiero
  - 2.5.3. Métodos de evaluación para el diagnóstico financiero
- 2.6. Planificación y estrategia
  - 2.6.1. El plan de una estrategia
  - 2.6.2. Posicionamiento estratégico
  - 2.6.3. La estrategia en la empresa
- 2.7. Modelos y patrones estratégicos
  - 2.7.1. Marco conceptual
  - 2.7.2. Modelos estratégicos
  - 2.7.3. Patrones estratégicos: Las cinco P's de la estrategia
- 2.8. Estrategia competitiva
  - 2.8.1. La ventaja competitiva
  - 2.8.2. Elección de una estrategia competitiva
  - 2.8.3. Estrategias según el modelo del reloj estratégico
  - 2.8.4. Tipos de Estrategias según el ciclo de vida del sector industrial
- 2.9. Dirección estratégica
  - 2.9.1. El concepto de estrategia
  - 2.9.2. El proceso de dirección estratégica
  - 2.9.3. Enfoques de la dirección estratégica
- 2.10. Implementación de la estrategia
  - 2.10.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
  - 2.10.2. Mapa estratégico
  - 2.10.3. Alineamiento estratégico
- 2.11. *Management* Directivo
  - 2.11.1. Marco conceptual del *Management* Directivo
  - 2.11.2. *Management* Directivo. El rol del consejo de administración y herramientas de gestión corporativas
- 2.12. Comunicación estratégica
  - 2.12.1. Comunicación interpersonal
  - 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 2.12.3. La comunicación interna
  - 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

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

- 3.1. Comportamiento organizacional
  - 3.1.1. Comportamiento organizacional. Marco conceptual
  - 3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional
- 3.2. Las personas en las organizaciones
  - 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
  - 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
  - 3.2.3. Coaching y gestión de equipos
  - 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 3.3. Dirección estratégica de personas
  - 3.3.1. Dirección estratégica y recursos humanos
  - 3.3.2. Dirección estratégica de personas
- 3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada
  - 3.4.1. La importancia de Recursos Humanos
  - 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
  - 3.4.3. Dirección estratégica de Recursos Humanos
- 3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de Recursos Humanos
  - 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
  - 3.5.2. El reclutamiento
  - 3.5.3. El proceso de selección
- 3.6. Gestión de Recursos Humanos por competencias
  - 3.6.1. Análisis del potencial
  - 3.6.2. Política de retribución
  - 3.6.3. Planes de carrera/sucesión
- 3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
  - 3.7.1. La gestión del rendimiento
  - 3.7.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 3.8. Gestión de la formación
  - 3.8.1. Las teorías del aprendizaje
  - 3.8.2. Detección y retención del talento
  - 3.8.3. Gamificación y la gestión del talento
  - 3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional

- 3.9. Gestión del talento
  - 3.9.1. Claves para la gestión positiva
  - 3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa
  - 3.9.3. Mapa del talento en la organización
  - 3.9.4. Coste y valor añadido
- 3.10. Innovación en gestión del talento y las personas
  - 3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico
  - 3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
  - 3.10.3. Fidelización y retención
  - 3.10.4. Proactividad e innovación
- 3.11. Motivación
  - 3.11.1. La naturaleza de la motivación
  - 3.11.2. La teoría de las expectativas
  - 3.11.3. Teorías de las necesidades
  - 3.11.4. Motivación y compensación económica
- 3.12. *Employer Branding*
  - 3.12.1. *Employer branding* en Recursos Humanos
  - 3.12.2. *Personal Branding* para profesionales de Recursos Humanos
- 3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño
  - 3.13.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
  - 3.13.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 3.14. Desarrollo competencial directivo
  - 3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?
  - 3.14.2. Elementos de las competencias
  - 3.14.3. Conocimiento
  - 3.14.4. Habilidades de dirección
  - 3.14.5. Actitudes y valores en los directivos
  - 3.14.6. Habilidades directivas
- 3.15. Gestión del tiempo
  - 3.15.1. Beneficios
  - 3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?
  - 3.15.3. Tiempo
  - 3.15.4. Las ilusiones del tiempo
  - 3.15.5. Atención y memoria
  - 3.15.6. Estado mental
  - 3.15.7. Gestión del tiempo
  - 3.15.8. Proactividad
  - 3.15.9. Tener claro el objetivo
  - 3.15.10. Orden
  - 3.15.11. Planificación
- 3.16. Gestión del cambio
  - 3.16.1. Gestión del cambio
  - 3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
  - 3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 3.17. Negociación y gestión de conflictos
  - 3.17.1. Negociación
  - 3.17.2. Gestión de Conflictos
  - 3.17.3. Gestión de Crisis
- 3.18. Comunicación directiva
  - 3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
  - 3.18.2. Departamentos de Comunicación
  - 3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos de Prevención de Riesgos Laborales
  - 3.19.1. Gestión de Recursos Humanos y equipos
  - 3.19.2. Prevención de Riesgos Laborales
- 3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento
  - 3.20.1. La productividad
  - 3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento
- 3.21. Compensación monetaria vs. no monetaria
  - 3.21.1. Compensación monetaria vs. no monetaria
  - 3.21.2. Modelos de bandas salariales
  - 3.21.3. Modelos de compensación no monetaria
  - 3.21.4. Modelo de trabajo
  - 3.21.5. Comunidad corporativa
  - 3.21.6. Imagen de la empresa
  - 3.21.7. Salario emocional

- 3.22. Innovación en gestión del talento y las personas
    - 3.22.1. Innovación en las organizaciones
    - 3.22.2. Nuevos retos del departamento de Recursos Humanos
    - 3.22.3. Gestión de la innovación
    - 3.22.4. Herramientas para la innovación
  - 3.23. Gestión del conocimiento y del talento
    - 3.23.1. Gestión del conocimiento y del talento
    - 3.23.2. Implementación de la gestión del conocimiento
  - 3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital
    - 3.24.1. El contexto socioeconómico
    - 3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial
    - 3.24.3. Nuevas metodologías
- Módulo 4. Dirección económico-financiera**
- 4.1. Entorno económico
    - 4.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
    - 4.1.2. Instituciones financieras
    - 4.1.3. Mercados financieros
    - 4.1.4. Activos financieros
    - 4.1.5. Otros entes del sector financiero
  - 4.2. La financiación de la empresa
    - 4.2.1. Fuentes de financiación
    - 4.2.2. Tipos de costes de financiación
  - 4.3. Contabilidad directiva
    - 4.3.1. Conceptos básicos
    - 4.3.2. El activo de la empresa
    - 4.3.3. El pasivo de la empresa
    - 4.3.4. El patrimonio neto de la empresa
    - 4.3.5. La cuenta de resultados
  - 4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes
    - 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
    - 4.4.2. El gasto en contabilidad general y en contabilidad de costes
    - 4.4.3. Clasificación de los costes
  - 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. El modelo presupuestario
    - 4.6.2. El Presupuesto de capital
    - 4.6.3. La Presupuesto de explotación
    - 4.6.4. El Presupuesto de tesorería
    - 4.6.5. Seguimiento del presupuesto
  - 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*
  - 4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas
    - 4.8.1. Conceptos tributarios básicos
    - 4.8.2. El impuesto de sociedades
    - 4.8.3. El impuesto sobre el valor añadido
    - 4.8.4. Otros impuestos relacionados con la actividad mercantil
    - 4.8.5. La empresa como facilitador de la labor del Estado
  - 4.9. Sistemas de control de las empresas
    - 4.9.1. Análisis de los estados financieros
    - 4.9.2. El balance de la empresa
    - 4.9.3. La cuenta de pérdidas y ganancias
    - 4.9.4. El estado de flujos de efectivo
    - 4.9.5. Análisis de ratios
  - 4.10. Dirección Financiera
    - 4.10.1. Las decisiones financieras de la empresa
    - 4.10.2. El departamento financiero
    - 4.10.3. Excedentes de tesorería
    - 4.10.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
    - 4.10.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

- 4.11. Planificación Financiera
  - 4.11.1. Definición de la planificación financiera
  - 4.11.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
  - 4.11.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
  - 4.11.4. El cuadro *cash flow*
  - 4.11.5. El cuadro de circulante
- 4.12. Estrategia financiera corporativa
  - 4.12.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
  - 4.12.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 4.13. Contexto macroeconómico
  - 4.13.1. Contexto macroeconómico
  - 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
  - 4.13.3. Mecanismos para el control de magnitudes macroeconómicas
  - 4.13.4. Los ciclos económicos
- 4.14. Financiación estratégica
  - 4.14.1. La autofinanciación
  - 4.14.2. Ampliación de fondos propios
  - 4.14.3. Recursos híbridos
  - 4.14.4. Financiación a través de intermediarios
- 4.15. Mercados monetarios y de capitales
  - 4.15.1. El mercado monetario
  - 4.15.2. El mercado de renta Fija
  - 4.15.3. El mercado de renta Variable
  - 4.15.4. El mercado de divisas
  - 4.15.5. El mercado de derivados
- 4.16. Análisis y planificación financiera
  - 4.16.1. Análisis del balance de situación
  - 4.16.2. Análisis de la cuenta de resultados
  - 4.16.3. Análisis de la rentabilidad
- 4.17. Análisis y resolución de casos/problemas
  - 4.17.1. Información financiera de industria de diseño y textil, S.A. (INDITEX)

## Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- 5.1. Dirección y gestión de operaciones
  - 5.1.1. La función de las operaciones
  - 5.1.2. El impacto de las operaciones en la gestión de las empresas
  - 5.1.3. Introducción a la estrategia de operaciones
  - 5.1.4. La dirección de operaciones
- 5.2. Organización industrial y logística
  - 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
  - 5.2.2. Departamento de Logística
- 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO ...)
  - 5.3.1. Sistema de producción
  - 5.3.2. Estrategia de producción
  - 5.3.3. Sistema de gestión de inventario
  - 5.3.4. Indicadores de producción
- 5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento
  - 5.4.1. Función del aprovisionamiento
  - 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
  - 5.4.3. Tipos de compras
  - 5.4.4. Gestión de compras de una empresa de forma eficiente
  - 5.4.5. Etapas del proceso de decisión de la compra
- 5.5. Control económico de compras
  - 5.5.1. Influencia económica de las compras
  - 5.5.2. Centro de costes
  - 5.5.3. Presupuestación
  - 5.5.4. Presupuestación vs gasto real
  - 5.5.5. Herramientas de control presupuestario
- 5.6. Control de las operaciones de almacén
  - 5.6.1. Control de inventario
  - 5.6.2. Sistema de ubicación
  - 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
  - 5.6.4. Sistema de almacenamiento

- 5.7. Gestión estratégica de compras
  - 5.7.1. Estrategia empresarial
  - 5.7.2. Planeación estratégica
  - 5.7.3. Estrategia de compras
- 5.8. Tipologías de la cadena de suministro
  - 5.8.1. Cadena de suministro
  - 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena suministro
  - 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro
- 5.9. *Supply Chain management*
  - 5.9.1. Concepto de gestión de la cadena de suministro
  - 5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
  - 5.9.3. Patrones de demanda
  - 5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio
- 5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
  - 5.10.1. Interacción de la cadena de suministro
  - 5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes
  - 5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro
  - 5.10.4. Cadena de suministro 4.0
- 5.11. Costes de la logística
  - 5.11.1. Costes logísticos
  - 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. Cadena logística
  - 5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
  - 5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
- 5.13. Gestión de procesos
  - 5.13.1. La gestión de procesos
  - 5.13.2. Enfoque basado en procesos: mapa de procesos
  - 5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos
- 5.14. Distribución y logística de transportes
  - 5.14.1. Distribución en la cadena de suministro
  - 5.14.2. Logística de Transportes
  - 5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la Logística
- 5.15. Logística y clientes
  - 5.15.1. Análisis de demanda
  - 5.15.2. Previsión de demanda y ventas
  - 5.15.3. Planificación de ventas y operaciones
  - 5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento
- 5.16. Logística internacional
  - 5.16.1. Procesos de exportación e importación
  - 5.16.2. Aduanas
  - 5.16.3. Formas y medios de pago Internacionales
  - 5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional
- 5.17. *Outsourcing* de operaciones
  - 5.17.1. Gestión de operaciones y *outsourcing*
  - 5.17.2. Implantación del *outsourcing* en entornos logísticos
- 5.18. Competitividad en operaciones
  - 5.18.1. Gestión de operaciones
  - 5.18.2. Competitividad operacional
  - 5.18.3. Estrategia de operaciones y ventajas competitivas
- 5.19. Gestión de la calidad
  - 5.19.1. Cliente interno y cliente externo
  - 5.19.2. Los costes de calidad
  - 5.19.3. La mejora continua y la filosofía de Deming

## Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- 6.1. Entornos tecnológicos
  - 6.1.1. Tecnología y globalización
  - 6.1.2. Entorno económico y tecnología
  - 6.1.3. Entorno tecnológico y su impacto en las empresas
- 6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
  - 6.2.1. Evolución del modelo de IT
  - 6.2.2. Organización y departamento IT
  - 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico

- 6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
  - 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
  - 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
  - 6.3.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital
- 6.4. Dirección de Sistemas de Información
  - 6.4.1. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
  - 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
  - 6.4.3. Directivos expertos en sistemas de información: roles y funciones
- 6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información
  - 6.5.1. Sistemas de información y estrategia corporativa
  - 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
  - 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
  - 6.6.1. *Business intelligence*
  - 6.6.2. *Data Warehouse*
  - 6.6.3. BSC o Cuadro de mando Integral
- 6.7. Explorando la información
  - 6.7.1. SQL: bases de datos relacionales. Conceptos básicos
  - 6.7.2. Redes y comunicaciones
  - 6.7.3. Sistema operacional: modelos de datos normalizados
  - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
  - 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes
- 6.8. *Business Intelligence* empresarial
  - 6.8.1. El mundo del dato
  - 6.8.2. Conceptos relevantes
  - 6.8.3. Principales características
  - 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
  - 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
  - 6.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science
- 6.9. Nuevo concepto empresarial
  - 6.9.1. ¿Por qué BI?
  - 6.9.2. Obtención de la información
  - 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
  - 6.9.4. Razones para invertir en BI
- 6.10. Herramientas y soluciones BI
  - 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
  - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
  - 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
  - 6.10.4. 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 la empresa
  - 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos
- 6.12. Aplicaciones de gestión corporativa
  - 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
  - 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
  - 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* o ERP
- 6.13. Transformación Digital
  - 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
  - 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
  - 6.13.3. Transformación digital en las empresas
- 6.14. Tecnologías y tendencias
  - 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
  - 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
  - 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
  - 6.15.2. *Outsourcing* de TI y su impacto en los negocios
  - 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de *outsourcing* de TI

## Módulo 7. Gestión comercial, Marketing estratégico y comunicación corporativa

- 7.1. Dirección comercial
  - 7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
  - 7.1.2. Estrategia y planificación comercial
  - 7.1.3. El rol de los directores comerciales
- 7.2. Marketing
  - 7.2.1. Concepto de Marketing
  - 7.2.2. Elementos básicos del Marketing
  - 7.2.3. Actividades de Marketing de la empresa
- 7.3. Gestión Estratégica del Marketing
  - 7.3.1. Concepto de Marketing estratégico
  - 7.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
  - 7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 7.4. Marketing digital y comercio electrónico
  - 7.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
  - 7.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
  - 7.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
  - 7.4.4. Categorías del comercio electrónico
  - 7.4.5. Ventajas y desventajas del *E-commerce* frente al comercio tradicional
- 7.5. *Managing digital business*
  - 7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
  - 7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing Digital
  - 7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing Digital
- 7.6. Marketing digital para reforzar la marca
  - 7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
  - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Estrategia de Marketing Digital
  - 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing Digital
  - 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing Digital
- 7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
  - 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
  - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
  - 7.8.3. Hipersegmentación
- 7.9. Gestión de campañas digitales
  - 7.9.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
  - 7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
  - 7.9.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 7.10. Plan de marketing online
  - 7.10.1. ¿Qué es un plan de Marketing Online?
  - 7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing Online
  - 7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing Online
- 7.11. *Blended marketing*
  - 7.11.1. ¿Qué es el *Blended Marketing*?
  - 7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline
  - 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de *Blended Marketing*
  - 7.11.4. Características de una estrategia de *Blended Marketing*
  - 7.11.5. Recomendaciones en *Blended Marketing*
  - 7.11.6. Beneficios del *Blended Marketing*
- 7.12. Estrategia de ventas
  - 7.12.1. Estrategia de ventas
  - 7.12.2. Métodos de ventas
- 7.13. Comunicación Corporativa
  - 7.13.1. Concepto
  - 7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización
  - 7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización
  - 7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización
  - 7.13.5. Elementos de la comunicación
  - 7.13.6. Problemas de la comunicación
  - 7.13.7. Escenarios de la comunicación

- 7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa
  - 7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con Recursos Humanos
  - 7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
  - 7.14.3. El plan de comunicación interna
- 7.15. Comunicación y reputación digital
  - 7.15.1. Reputación online
  - 7.15.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
  - 7.15.3. Herramientas de reputación online
  - 7.15.4. Informe de reputación online
  - 7.15.5. *Branding* online

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

- 8.1. Investigación de mercados
  - 8.1.1. Investigación de mercados: origen histórico
  - 8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados
  - 8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados
- 8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
  - 8.2.1. Tamaño muestral
  - 8.2.2. Muestreo
  - 8.2.3. Tipos de técnicas cuantitativas
- 8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
  - 8.3.1. Tipos de investigación cualitativa
  - 8.3.2. Técnicas de investigación cualitativa
- 8.4. Segmentación de mercados
  - 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
  - 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
  - 8.4.3. Segmentación de mercados de consumo
  - 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
  - 8.4.5. Estrategias de segmentación
  - 8.4.6. La segmentación con base a criterios del Marketing Mix
  - 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado





- 8.5. Gestión de proyectos de investigación
  - 8.5.1. La Investigación de mercados como un proceso
  - 8.5.2. Etapas de planificación en la investigación de mercados
  - 8.5.3. Etapas de ejecución en la investigación de mercados
  - 8.5.4. Gestión de un Proyecto de investigación
- 8.6. La investigación de mercados internacionales
  - 8.6.1. Investigación de mercados Internacionales
  - 8.6.2. Proceso de la investigación de mercados Internacionales
  - 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las investigaciones de mercado internacionales
- 8.7. Los estudios de viabilidad
  - 8.7.1. Concepto y utilidad
  - 8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad
  - 8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad
- 8.8. Publicidad
  - 8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
  - 8.8.2. Marco conceptual de la publicidad; principios, concepto de *briefing* y posicionamiento
  - 8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la publicidad
  - 8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios
  - 8.8.5. Tendencias y retos de la publicidad
- 8.9. Desarrollo del plan de Marketing
  - 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
  - 8.9.2. Análisis y Diagnostico de la Situación
  - 8.9.3. Decisiones Estratégicas de Marketing
  - 8.9.4. Decisiones Operativas de Marketing
- 8.10. Estrategias de promoción y *merchandising*
  - 8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada
  - 8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria
  - 8.10.3. El *merchandising* como técnica de Comunicación

- 8.11. Planificación de medios
  - 8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios
  - 8.11.2. Medios de comunicación
  - 8.11.3. Plan de medios
- 8.12. Fundamentos de la dirección comercial
  - 8.12.1. La función de la dirección comercial
  - 8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
  - 8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
  - 8.12.4. Principales estrategias competitivas
- 8.13. Negociación comercial
  - 8.13.1. Negociación comercial
  - 8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
  - 8.13.3. Principales métodos de negociación
  - 8.13.4. El proceso negociador
- 8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
  - 8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
  - 8.14.2. Modelos de toma de decisiones
  - 8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
  - 8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones
- 8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
  - 8.15.1. Sales Management. Dirección de ventas
  - 8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial
  - 8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores
  - 8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
  - 8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información
- 8.16. Implementación de la función comercial
  - 8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
  - 8.16.2. Control de la actividad comercial
  - 8.16.3. El código deontológico del personal comercial
  - 8.16.4. Cumplimiento normativo
  - 8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas

- 8.17. Gestión de cuentas clave
  - 8.17.1. Concepto de la gestión de cuentas clave
  - 8.17.2. El *Key Account Manager*
  - 8.17.3. Estrategia de la gestión de cuentas clave
- 8.18. Gestión financiera y presupuestaria
  - 8.18.1. El umbral de rentabilidad
  - 8.18.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
  - 8.18.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
  - 8.18.4. Gestión del ciclo, rotaciones, rentabilidad y liquidez
  - 8.18.5. Cuenta de resultados

## Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- 9.1. Innovación
  - 9.1.1. Introducción a la innovación
  - 9.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
  - 9.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial
- 9.2. Estrategia de Innovación
  - 9.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
  - 9.2.2. Estrategia de innovación
- 9.3. *Project Management para Startups*
  - 9.3.1. Concepto de *startup*
  - 9.3.2. Filosofía *Lean Startup*
  - 9.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
  - 9.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*
- 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
  - 9.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
  - 9.4.2. Diseño y validación de modelos de negocio
- 9.5. Dirección y Gestión de Proyectos
  - 9.5.1. Dirección y Gestión de proyectos: identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
  - 9.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación

- 9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación
  - 9.6.1. Concepto de Gestión del Cambio
  - 9.6.2. El Proceso de Gestión del Cambio
  - 9.6.3. La implementación del cambio
- 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
  - 9.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
  - 9.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
  - 9.7.3. Tendencias emergentes
  - 9.7.4. Adaptaciones al equipo
  - 9.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
  - 9.7.6. Gestionar las comunicaciones
  - 9.7.7. Monitorear las comunicaciones
- 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
  - 9.8.1. Metodologías innovadoras
  - 9.8.2. Principios básicos del Scrum
  - 9.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del Scrum y las metodologías tradicionales
- 9.9. Creación de una *startup*
  - 9.9.1. Creación de una *startup*
  - 9.9.2. Organización y cultura
  - 9.9.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
  - 9.9.4. Aspectos legales
- 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos
  - 9.10.1. Planificar riesgos
  - 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
  - 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
  - 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

## Módulo 10. *Management* Directivo

- 10.1. *General Management*
  - 10.1.1. Concepto de *General Management*
  - 10.1.2. La acción del Manager General
  - 10.1.3. El Director General y sus funciones
  - 10.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 10.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
  - 10.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 10.3. Dirección de operaciones
  - 10.3.1. Importancia de la dirección
  - 10.3.2. La cadena de valor
  - 10.3.3. Gestión de calidad
- 10.4. Oratoria y formación de portavoces
  - 10.4.1. Comunicación interpersonal
  - 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 10.4.3. Barreras en la comunicación
- 10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacionales
  - 10.5.1. La comunicación interpersonal
  - 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
  - 10.5.3. La comunicación en la organización
  - 10.5.4. Herramientas en la organización
- 10.6. Comunicación en situaciones de crisis
  - 10.6.1. Crisis
  - 10.6.2. Fases de la crisis
  - 10.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 10.7. Preparación de un plan de crisis
  - 10.7.1. Análisis de posibles problemas
  - 10.7.2. Planificación
  - 10.7.3. Adecuación del personal

- 10.8. Inteligencia emocional
  - 10.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 10.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 10.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 10.9. Branding Personal
  - 10.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
  - 10.9.2. Leyes del branding personal
  - 10.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 10.10. Liderazgo y gestión de equipos
  - 10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 10.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
  - 10.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
  - 10.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

### Módulo 11. Alcance y cronograma del proyecto

- 11.1. Gestión de programas y portafolio de proyectos
  - 11.1.1. Gestión del alcance del proyecto
  - 11.1.2. Toma de requisitos y definición del alcance
  - 11.1.3. Descomposición en actividades del objetivo del proyecto
  - 11.1.4. Validar y controlar el alcance
  - 11.1.5. Planificación estratégica del tiempo en la gestión de proyectos
  - 11.1.6. Ciclos de vida del proyecto
  - 11.1.7. Planificación eficiente de tiempos y plazos
  - 11.1.8. Herramientas para la estimación de tareas
  - 11.1.9. Ejecución y control del cronograma

### Módulo 12. Gestión Económica del proyecto

- 12.1. Plan financiero
  - 12.1.1. Modelo financiero
  - 12.1.2. Análisis de viabilidad del proyecto
  - 12.1.3. Gestión de sensibilidad del proyecto
  - 12.1.4. Gestión del coste del proyecto
  - 12.1.5. Estimación de los costes del proyecto

- 12.1.6. Controlar los costes del proyecto – EVM
- 12.1.7. Análisis económico de decisiones
- 12.1.8. Herramientas MsProject
- 12.1.9. Herramientas y sistemas digitales para gestión de proyectos

### Módulo 13. Contratación y Calidad del proyecto

- 13.1. Planificación de adquisiciones
  - 13.1.1. Planificación de la búsqueda de proveedores
  - 13.1.2. Gestión de la relación con el proveedor
  - 13.1.3. Aspectos legales de la contratación
  - 13.1.4. Gestión y administración del contrato
  - 13.1.5. Gestión de la venta del proyecto
  - 13.1.6. Lean management
  - 13.1.7. Técnicas de mejora de procesos
  - 13.1.8. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos
  - 13.1.9. Herramientas lean para la gestión de proyectos

### Módulo 14. Organización y proyectos innovadores

- 14.1. Gestión del cambio organizacional
  - 14.1.1. La comunicación en las organizaciones
  - 14.1.2. Pensamiento creativo: innovación
  - 14.1.3. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos
  - 14.1.4. Inteligencia estratégica de la innovación
  - 14.1.5. Entrepreneurship & innovation
  - 14.1.6. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos
  - 14.1.7. Sistemas de gestión de la I+D+i
  - 14.1.8. Dirección y *management* de proyectos de I+D+i
  - 14.1.9. *Project Management* para *startups*

### Módulo 15. Metodologías Ágiles

- 15.1. Introducción a las metodologías ágiles
  - 15.1.1. Ciclos de vida iterativos, adaptativos, predictivos e híbridos
  - 15.1.2. Introducción a Scrum
  - 15.1.3. Gestión de equipos ágiles

- 15.1.4. Eventos de Scrum
- 15.1.5. Los artefactos en Scrum
- 15.1.6. Estimación y planificación ágil
- 15.1.7. Métricas
- 15.1.8. Herramientas colaborativas
- 15.1.9. Agilidad Organizacional

## Módulo 16. PMO

- 16.1. Introducción a la Oficina de Gestión de Proyectos
  - 16.1.1. Funciones de la Oficina de Gestión de Proyectos
  - 16.1.2. Creando las condiciones para el cambio. Liderar el cambio organizativo
  - 16.1.3. Visión y Estrategia de la PMO
  - 16.1.4. Diseño del modelo de la PMO
  - 16.1.5. Plan de recursos de la PMO
  - 16.1.6. Implementación de la PMO
  - 16.1.8. Operación y herramientas de la PMO
  - 16.1.9. Cultura de *Project Management* y gestión del conocimiento en la organización
  - 16.1.10. PMO ágil

## Módulo 17. Gestión de los riesgos del proyecto

- 17.1. Introducción a la Gestión de Riesgos
  - 17.1.1. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos
  - 17.1.2. Identificación de riesgos
  - 17.1.3. Análisis cualitativo de los riesgos
  - 17.1.4. Asignación de prioridades a los riesgos
  - 17.1.5. Análisis cuantitativo de los riesgos
  - 17.1.6. Análisis de escenarios y planes de respuesta a los riesgos
  - 17.1.7. Implementación de respuestas a los riesgos
  - 17.1.8. Monitorización y control de riesgos
  - 17.1.9. Lecciones aprendidas y gestión del conocimiento

## Módulo 18. Introducción finanzas proyectos

- 18.1. Introducción a las finanzas corporativas
  - 18.1.1. Estados financieros y flujos de caja
  - 18.1.2. El valor temporal del dinero y descuento de flujos de caja
  - 18.1.3. La renta fija y su valoración
  - 18.1.4. La renta variable y su valoración
  - 18.1.5. Criterios financieros de inversión el presupuesto de capital
  - 18.1.6. Análisis de proyectos
  - 18.1.7. Riesgo y rentabilidad: el coste del capital
  - 18.1.8. Estructura del pasivo
  - 18.1.9. Tesorería y finanzas internacionales

## Módulo 19. Introducción al Diseño y Dirección de Proyectos Tecnológicos y Gestión de la Integración de Proyectos Tecnológicos

- 19.1. Introducción a la Dirección de Proyectos Tecnológicos
  - 19.1.1. El rol del director de proyectos
  - 19.1.2. Definición de proyecto
  - 19.1.3. Estructuras organizativas
- 19.2. Dirección de Proyectos, la gestión de programas y la gestión del portafolio
  - 19.2.1. Portfolios, programas y proyectos
  - 19.2.2. Dirección estratégica
- 19.3. Normativas y buenas prácticas para la Dirección de Proyectos Tecnológicos
  - 19.3.1. Prince 2
  - 19.3.2. PMP
  - 19.3.3. ISO 21500:2012
- 19.4. Influencias de la organización en el diseño y dirección de Proyectos Tecnológicos
  - 19.4.1. Factores ambientales de una empresa
  - 19.4.2. Activos de los procesos de una organización

- 19.5. Procesos de la dirección de Proyectos Tecnológicos
  - 19.5.1. Ciclo de vida de los Proyectos Tecnológicos
  - 19.5.2. Los grupos de procesos
  - 19.5.3. Dinámica de los grupos de procesos
- 19.6. Desarrollo del acta de constitución de Proyectos Tecnológicos
  - 19.6.1. Definición del acta de constitución de Proyectos Tecnológicos
  - 19.6.2. Herramientas y técnicas
- 19.7. Desarrollo del plan para el diseño y gestión de los Proyectos Tecnológicos
  - 19.7.1. Definición del plan para el diseño y gestión de los Proyectos Tecnológicos
  - 19.7.2. Herramientas y Técnicas
- 19.8. Gestión del conocimiento de los proyectos tecnológicos
  - 19.8.1. Importancia de la gestión del conocimiento en proyectos tecnológicos
  - 19.8.2. Herramientas y técnicas
- 19.9. Monitorización del trabajo de los Proyectos Tecnológicos
  - 19.9.1. Monitorización y control de los trabajos
  - 19.9.2. Informes de seguimiento en Proyectos Tecnológicos
  - 19.9.3. Herramientas y técnicas
- 19.10. Control integrado de cambios en Proyectos Tecnológicos
  - 19.10.1. Objetivos y beneficios del control de cambios en los Proyectos
  - 19.10.2. El CCB (*Change Control Board*)
  - 19.10.3. Herramientas y técnicas
- 19.11. Entrega y cierre de Proyectos Tecnológicos
  - 19.11.1. Objetivos y beneficios del cierre de Proyectos
  - 19.11.2. Herramientas y técnicas

## Módulo 20. Gestión de alcance de Proyectos Tecnológicos

- 20.1. Introducción a la gestión del alcance
  - 20.1.1. Alcance del Proyecto
  - 20.1.2. Alcance del producto
- 20.2. Fundamentos de la gestión de alcance
  - 20.2.1. Conceptos básicos
  - 20.2.2. Línea base del alcance

- 20.3. Beneficios de la gestión del alcance
  - 20.3.1. Gestión de expectativas de los Interesados
  - 20.3.2. *Scoope Creep* y *Gold Plating*
- 20.4. Consideraciones para entornos adaptativos
  - 20.4.1. Tipos de Proyectos adaptativos
  - 20.4.2. Definición de alcance en Proyectos adaptativos
- 20.5. Planificación de la gestión del alcance
  - 20.5.1. Plan de gestión del alcance
  - 20.5.2. Plan de gestión de requisitos
  - 20.5.3. Herramientas y técnicas
- 20.6. Recopilar requisitos
  - 20.6.1. Recopilación y negociación de requisitos
  - 20.6.2. Herramientas y técnicas
- 20.7. Definición del alcance
  - 20.7.1. Enunciado del alcance del Proyecto
  - 20.7.2. Herramientas y técnicas
- 20.8. Creación de la estructura de desglose de trabajos
  - 20.8.1. Estructura de Desglose de Trabajos (EDT)
  - 20.8.2. Tipos de EDT
  - 20.8.3. *Rolling Wave*
  - 20.8.4. Herramientas y técnicas
- 20.9. Validación del alcance
  - 20.9.1. Calidad Vs validación
  - 20.9.2. Herramientas y técnicas
- 20.10. Control del alcance
  - 20.10.1. Datos e Información de Gestión en Proyectos
  - 20.10.2. Tipos de Informes del desempeño de los trabajos
  - 20.10.3. Herramientas y técnicas

**Módulo 21. Gestión del tiempo de Proyectos Tecnológicos**

- 21.1. Estimación de la duración de las tareas del proyecto
  - 21.1.1. Estimación por tres valores
    - 21.1.1.1. Más probable (tM)
    - 21.1.1.2. Optimista (tO)
    - 21.1.1.3. Pesimista (tP)
  - 21.1.2. Estimación análoga
  - 21.1.3. Estimación paramétrica
  - 21.1.4. Estimaciones ascendentes
  - 21.1.5. Toma de decisiones
  - 21.1.6. Juicio de expertos
- 21.2. Definición de las actividades y descomposición de los trabajos del proyecto
  - 21.2.1. Descomposición
  - 21.2.2. Definir las actividades
  - 21.2.3. Descomposición de los trabajos del proyecto
  - 21.2.4. Atributos de la actividad
  - 21.2.5. Listado de hitos
- 21.3. Secuenciación de las actividades
  - 21.3.1. Listados de actividades
  - 21.3.2. Atributos de las actividades
  - 21.3.3. Método de Diagramación de procedencia
  - 21.3.4. Determinación e integración de las dependencias
  - 21.3.5. Adelantos y retrasos
  - 21.3.6. Diagrama de red del cronograma del proyecto
- 21.4. Estimación de los recursos de las actividades
  - 21.4.1. Registro de supuestos
  - 21.4.2. Listado de actividades
  - 21.4.3. Atributos de las actividades
  - 21.4.4. Registro de supuestos
  - 21.4.5. Registro de lecciones aprendidas
  - 21.4.6. Asignaciones del equipo del proyecto
  - 21.4.7. Estructura de desglose de recursos
- 21.5. Estimación de la duración de las actividades
  - 21.5.1. Ley de los rendimientos decrecientes
  - 21.5.2. Número de recursos
  - 21.5.3. Avances tecnológicos
  - 21.5.4. Motivación del personal
  - 21.5.5. Documentación del proyecto
- 21.6. Desarrollo del cronograma
  - 21.6.1. Análisis de la red del cronograma
  - 21.6.2. Método de la ruta crítica
  - 21.6.3. Optimización de los recursos
    - 21.6.3.1. Nivelación de recursos
    - 21.6.3.2. Estabilización de recursos
  - 21.6.4. Adelantos y retrasos
  - 21.6.5. Compresión del cronograma
    - 21.6.5.1. Intensificación
    - 21.6.5.2. Ejecución rápida
  - 21.6.6. Línea base del cronograma
  - 21.6.7. Cronograma del proyecto
  - 21.6.8. Datos del cronograma
  - 21.6.9. Calendarios del proyecto
- 21.7. Tipos de relaciones y tipos de dependencias entre todas las actividades del proyecto
  - 21.7.1. Dependencias obligatorias
  - 21.7.2. Dependencias discrecionales
    - 21.7.2.1. Lógica preferida
    - 21.7.2.2. Lógica preferencial
    - 21.7.2.3. Lógica blanda
  - 21.7.3. Dependencias externas
  - 21.7.4. Dependencias internas
- 21.8. Software de gestión de tiempo en proyectos tecnológicos
  - 21.8.1. Análisis de distintos softwares
  - 21.8.2. Tipos de softwares
  - 21.8.3. Funcionalidades y cobertura
  - 21.8.4. Utilidades y Ventajas

- 21.9. Control del cronograma
  - 21.9.1. Información de desempeño del trabajo
  - 21.9.2. Pronósticos del cronograma
  - 21.9.3. Solicitudes de cambio
  - 21.9.4. Actualización al plan de gestión del tiempo
  - 21.9.4. Actualizaciones de los documentos del proyecto
- 21.10. Recalculo de los tiempos
  - 21.10.1. Camino crítico
  - 21.10.2. Cálculo de tiempos mínimos y máximos
  - 21.10.3. Holguras de un proyecto
    - 21.10.3.1. ¿Qué es?
    - 21.10.3.2. ¿Cómo usarla?
  - 21.10.4. Holgura Total
  - 21.10.5. Holgura Libre

## Módulo 22. Gestión de los costos de Proyectos Tecnológicos

- 22.1. ¿Qué es el plan de Gestión de los costos?
  - 22.1.1. Herramientas y técnicas de planificación
  - 22.1.2. Resultados de la planificación de costos
- 22.2. Estimar los costos. Tipos de estimaciones. Análisis de reserva
  - 22.2.1. Información útil para la estimación de costos
  - 22.2.2. Herramientas y técnicas para la estimación de costos
  - 22.2.3. Resultados de la preparación del presupuesto de costos
- 22.3. Tipos de Costes de un Proyecto
  - 22.3.1. Costes directos e indirectos
  - 22.3.2. Costes fijos y costes variables
- 22.4. Evaluación y Selección de proyectos
  - 22.4.1. Dimensiones financieras de un proyecto
  - 22.4.2. VAN
  - 22.4.3. TIR y RRN
  - 22.4.4. Plazo de recuperación o *payback*

- 22.5. Determinar el presupuesto
  - 22.5.1. Información útil para la preparación del presupuesto del Proyecto
  - 22.5.2. Herramientas y técnicas para la preparación del presupuesto de costes
  - 22.5.3. Resultados de la preparación del presupuesto del Proyecto
- 22.6. Proyecciones de costes
  - 22.6.1. Datos e Información de gestión de costes
  - 22.6.2. Tipos de Informes del desempeño de los costes
- 22.7. La técnica del valor ganado (EVM)
  - 22.7.1. Variables base y variables de estado
  - 22.7.2. Pronósticos
  - 22.7.3. Técnicas y prácticas emergentes
- 22.8. El flujo de la caja del proyecto
  - 22.8.1. Tipos de flujos de caja
  - 22.8.2. Estimación de los flujos netos de caja asociados a un proyecto
  - 22.8.3. El descuento en los flujos de caja
  - 22.8.4. Aplicación del riesgo a los flujos de caja
- 22.9. Control de los costos
  - 22.9.1. Objetivos y beneficios del control de los costos
  - 22.9.2. Herramientas y técnicas

## Módulo 23. Gestión de la Calidad Proyectos Tecnológicos

- 23.1. Importancia de la gestión de la calidad en los proyectos
  - 23.1.1. Conceptos clave
  - 23.1.2. Diferencia entre calidad y grado
  - 23.1.3. Precisión
  - 23.1.4. Exactitud
  - 23.1.5. Métrica
- 23.2. Teóricos de la calidad
  - 23.2.1. Edwards Deming
    - 23.2.1.1. Ciclo de *Shewart- Deming (Plan Do - Check- Act)*
  - 23.2.2. Mejora continua
  - 23.2.3. Joseph Juran. Principio de Pareto
    - 23.2.3.1. Teoría de adecuación al uso

- 23.2.4. Teoría gestión de la calidad Total
- 23.2.5. Kaoru Ishikawa (espina de pescado)
- 23.2.6. Philip Crosby (costo de la baja calidad)
- 23.3. Normativa: ISO 21500
  - 23.3.1. Introducción
  - 23.3.2. Antecedentes e historia
  - 23.3.3. Objetivos y características
  - 23.3.4. Grupo de Procesos- Grupo de materias
  - 23.3.5. ISO 21500 vs. PMBok
  - 23.3.6. Futuro de la norma
- 23.4. Tendencias y prácticas emergentes en la gestión de la calidad
  - 23.4.1. Cumplimiento de políticas y auditoría
  - 23.4.2. Estándares y cumplimiento normativo
  - 23.4.3. Mejora continua
  - 23.4.4. Involucramiento de los *stakeholders* (Interesados)
  - 23.4.5. Retrospectivas recurrentes
  - 23.4.6. Retrospectivas posteriores
- 23.5. Planificación de la gestión de la calidad
  - 23.5.1. Análisis costo-beneficio
  - 23.5.2. Análisis de decisiones de multicriterios
  - 23.5.3. Planificación de pruebas e inspección
  - 23.5.4. Diagramas de flujo
  - 23.5.5. Modelo lógico de Datos
  - 23.5.6. Diagrama matricial
  - 23.5.7. Dígrafos de interrelaciones
- 23.6. Costos de cumplimiento e incumplimiento de la calidad
  - 23.6.1. Costos de cumplimiento
  - 23.6.2. Costos de incumplimiento o de no conformidad
  - 23.6.3. Costos de prevención
  - 23.6.4. Costos de valoración
  - 23.6.5. Fallos internos
  - 23.6.6. Fallos externos
  - 23.6.7. Coste marginal de la calidad
  - 23.6.8. Calidad óptima
- 23.7. Gestión de la calidad
  - 23.7.1. Listas de verificación
  - 23.7.2. Análisis de alternativas
  - 23.7.3. Análisis de documentos
  - 23.7.4. Análisis de procesos
  - 23.7.5. Análisis causa raíz
  - 23.7.6. Diagramas causa – efecto
  - 23.7.7. Histogramas
  - 23.7.8. Diagramas de dispersión
  - 23.7.9. Diseño para X
  - 23.7.10. Métodos de mejora de la calidad
- 23.8. Auditorías de calidad
  - 23.8.1. Qué es una auditoría interna de calidad
  - 23.8.2. Distintos tipos de auditorías
  - 23.8.3. Objetivos de una auditoría interna
  - 23.8.4. Beneficios de las auditorías internas
  - 23.8.5. Actores implicados en la auditoría interna
  - 23.8.6. Procedimiento de una auditoría interna
- 23.9. Control de la calidad
  - 23.9.1. Hojas de verificación
  - 23.9.2. Muestreo estadístico
  - 23.9.3. Cuestionarios y encuestas
  - 23.9.4. Revisiones de desempeño
  - 23.9.5. Inspección
  - 23.9.6. Pruebas / Evaluaciones de productos
  - 23.9.7. Retrospecciones y lecciones aprendidas

## Módulo 24. Gestión de los recursos de Proyectos Tecnológicos

- 24.1. Responsabilidades y rol de los Recursos Humanos de los Proyectos
  - 24.1.1. Director de Proyecto
  - 24.1.2. Patrocinador
  - 24.1.3. Director funcional
  - 24.1.4. Director de Programas
  - 24.1.5. Director de portafolio
  - 24.1.6. Miembros del equipo
- 24.2. Gestión de los recursos Tecnológicos
  - 24.2.1. ¿Qué son los recursos Tecnológicos?
  - 24.2.2. Optimización
  - 24.2.3. Valorización
  - 24.2.4. Protección
- 24.3. Planificación de la gestión de Recursos Humanos y estimar los recursos de las actividades
  - 24.3.1. Plan de gestión de los recursos
    - 24.3.1.1. Representación de datos
    - 24.3.1.2. Teoría de la organización
  - 24.3.2. Requisitos de los Recursos
  - 24.3.3. Base de las Estimaciones
  - 24.3.4. Estructura de desglose de recursos
  - 24.3.5. Actualizaciones de los documentos en materia de recursos
- 24.4. Distintos poderes del director de proyectos
  - 24.4.1. Poder e influencia
  - 24.4.2. Poder de recompensa
  - 24.4.3. Poder de castigo
  - 24.4.4. Poder de experto
  - 24.4.5. Poder de referencia
  - 24.4.6. Poder formal
  - 24.4.7. Ejercicios prácticos para saber utilizar los distintos poderes del director de proyecto
- 24.5. Adquisición del equipo de proyecto idóneo para nuestro proyecto
  - 24.5.1. ¿Qué es la adquisición del equipo?
  - 24.5.2. Medios de adquisición del equipo
    - 24.5.2.1. Contratación
    - 24.5.2.2. Subcontratación
  - 24.5.3. Toma de decisiones
    - 24.5.3.1. Disponibilidad
    - 24.5.3.2. Coste
    - 24.5.3.3. Experiencia
    - 24.5.3.4. Habilidades
    - 24.5.3.5. Conocimiento
    - 24.5.3.6. Capacidades
    - 24.5.3.7. Actitud
    - 24.5.3.8. Factores Internacionales
  - 24.5.4. Preasignación
  - 24.5.5. Equipos virtuales
- 24.6. Desarrollo de habilidades interpersonales (habilidades blandas o Soft):
  - 24.6.1. Liderazgo
  - 24.6.2. Motivación
  - 24.6.3. Comunicación
  - 24.6.4. Influencia
  - 24.6.5. Facilitación de grupo
  - 24.6.6. Creatividad
  - 24.6.7. Inteligencia emocional
  - 24.6.8. Toma de decisiones
- 24.7. Desarrollo del Equipo de proyecto
  - 24.7.1. Reconocimientos y recompensas
    - 24.7.1.1. Premisas que se deben cumplir para aplicarlo
    - 24.7.1.2. Crear sistema de reconocimiento y recompensa
  - 24.7.2. Capacitación
  - 24.7.3. *Coubicación* (Tight-matrix)
  - 24.7.4. Tecnología de la comunicación
  - 24.7.5. Actividades de Desarrollo del Espíritu de Equipo (*Team Bulding*)

- 24.8. Dirección del Equipo de Proyecto. Evaluaciones de desempeño, gestión de equipos de Proyecto
  - 24.8.1. Planificación
  - 24.8.2. Tipos de evaluaciones
    - 24.8.2.1. Evaluaciones personales. Evaluaciones 360°
    - 24.8.2.2. Evaluaciones de equipo
  - 24.8.3. Definición de variables
  - 24.8.4. Diseño del sistema de evaluación del desempeño
  - 24.8.5. Implantación y formación de evaluadores
- 24.9. Técnicas de Gestión y Resolución de Conflictos
  - 24.9.1. ¿Qué son los conflictos de un proyecto? Tipos
  - 24.9.2. Cooperar y resolver los problemas (*Collaborate/Problem Solve*)
  - 24.9.3. Transigir /Consentir (*Compromise/ Reconcile*)
  - 24.9.4. Apartarse/Eludir (*Withdraw/Avoid*)
  - 24.9.5. Suavizar Acomodar (*Smooth/Accommodate*)
  - 24.9.6. Forzar/Dirigir (*Force/Direct*)
  - 24.9.7. Ejercicios prácticos para saber cuándo utilizar cada técnica de resolución de conflictos
- 24.10. Tendencias y prácticas emergentes en la gestión de los recursos de Proyectos Tecnológicos
  - 24.10.1. Métodos para la gestión de los recursos
  - 24.10.2. Inteligencia Emocional (IE)
  - 24.10.3. Equipos auto-organizados
  - 24.10.4. Equipos virtuales/ Equipos distribuidos
  - 24.10.5. Consideraciones para la adaptación
  - 24.10.6. Consideraciones para entornos Ágiles/Adaptativos
- 25.1. Planificación de la gestión de las comunicaciones
  - 25.1.1. ¿Por qué es importante un plan de gestión de comunicaciones?
  - 25.1.2. Introducción a la gestión de las comunicaciones
  - 25.1.3. Análisis y requisitos de las comunicaciones
  - 25.1.4. Dimensiones de las comunicaciones
  - 25.1.5. Técnicas y herramientas
- 25.2. Habilidades de comunicación
  - 25.2.1. Emisión consciente
  - 25.2.2. Escucha activa
  - 25.2.3. Empatía
  - 25.2.4. Evitar malos gestos
  - 25.2.5. Leer y escribir
  - 25.2.6. Respeto
  - 25.2.7. Persuasión
  - 25.2.8. Credibilidad
- 25.3. Comunicación eficaz, eficiente y tipos de comunicación
  - 25.3.1. Definición
  - 25.3.2. Comunicación eficaz
  - 25.3.3. Comunicación eficiente
  - 25.3.4. Comunicación formal
  - 25.3.5. Comunicación informal
  - 25.3.6. Comunicación escrita
  - 25.3.7. Comunicación verbal
  - 25.3.8. Ejercicios prácticos sobre el uso de tipos de comunicación en un proyecto
- 25.4. Gestión y control de las comunicaciones
  - 25.4.1. Dirección de las comunicaciones de un proyecto
  - 25.4.2. Modelos de comunicación
  - 25.4.3. Métodos de comunicación
  - 25.4.4. Canales de comunicación de un proyecto
- 25.5. Tendencias y prácticas emergentes en el ámbito de la comunicación
  - 25.5.1. Evaluación de estilos de comunicación
  - 25.5.2. Conciencia política
  - 25.5.3. Conciencia cultural
  - 25.5.4. Tecnología de las comunicaciones
- 25.6. Identificación y análisis de los interesados (*stakeholders*)
  - 25.6.1. ¿Por qué es importante gestionar *stakeholders*?
  - 25.6.2. Análisis y Registro de stakeholders
  - 25.6.3. Intereses y preocupaciones de los stakeholders
  - 25.6.4. Consideraciones para entornos ágiles y adaptativos

## Módulo 25. Gestión de las comunicaciones y de los interesados (*stakeholders*) de Proyectos Tecnológicos

- 25.7. Planificación de la gestión de los interesados (*stakeholders*)
  - 25.7.1. Estrategias de gestión adecuadas
  - 25.7.2. Herramientas y técnicas
- 25.8. Gestión de la participación de los interesados (*Stakeholders*). Estrategia de gestión
  - 25.8.1. Métodos para incrementar el apoyo y minimizar la resistencia
  - 25.8.2. Herramientas y técnicas
- 25.9. Monitorización del Involucramiento de los interesados (*stakeholders*)
  - 25.9.1. Informe de desempeño de los *stakeholders*
  - 25.9.2. Herramientas y técnicas

## Módulo 26. Gestión de las adquisiciones de Proyectos Tecnológicos

- 26.1. Introducción a la Gestión de adquisiciones
  - 26.1.1. Definición de contrato
  - 26.1.2. Marco legal de las adquisiciones
- 26.2. Conceptos básicos
  - 26.2.1. Definición de contrato
  - 26.2.2. El director de proyecto y el contrato
  - 26.2.3. Actividades principales
  - 26.2.4. Contratación centralizada y descentralizada
- 26.3. Gestión de Adquisiciones: Beneficios
  - 26.3.1. Definición de la Estrategia de adquisiciones
  - 26.3.2. Tipos de Estrategias
- 26.4. Adquisiciones en entornos adaptativos
- 26.5. Tipos de Contratos
  - 26.5.1. Contratos de precio fijo
  - 26.5.2. Contratos de costes reembolsables
  - 26.5.3. Contratos de tiempos y materiales
- 26.6. Documentación de adquisiciones
  - 26.6.1. Tipos de documentos en el marco de una adquisición
  - 26.6.2. Flujos de documentos en la gestión de adquisiciones
- 26.7. Negociación con proveedores
  - 26.7.1. Objetivos de la negociación con proveedores
  - 26.7.2. Técnicas de negociación con proveedores

- 26.8. Planificación la gestión de las adquisiciones
  - 26.8.1. Plan para la gestión de las adquisiciones
  - 26.8.2. Herramientas y técnicas
- 26.9. Efectuar las adquisiciones
  - 26.9.1. Búsqueda, selección y evaluación de ofertas
  - 26.9.2. Herramientas y Técnicas
  - 26.9.3. Matriz de ponderación de ofertas
- 26.10. Monitorización y control de las adquisiciones
  - 26.10.1. Puntos de monitorización y control de adquisiciones según el tipo de contrato
  - 26.10.2. Herramientas y técnicas

## Módulo 27. Certificación PMP® o CAPM® y Código ético. Tendencias y prácticas emergentes en la Gestión y dirección de Proyectos Tecnológicos

- 27.1. ¿Qué es PMP®, CAPM® y PMI®?
  - 27.1.1. Qué es PMP®
  - 27.1.2. CAPM®
  - 27.1.3. PMI®
  - 27.1.4. PMBok
- 27.2. Ventajas y Beneficios de obtener la certificación PMP® y CAPM®
  - 27.2.1. Técnicas y trucos para aprobar en el primer intento el examen de certificación PMP® y CAPM®
  - 27.2.2. PMI-ismos
- 27.3. Reporte de experiencia profesional al PMI® (Diseño y Gestión de Proyectos Tecnológicos Institute)
  - 27.3.1. Darse de alta como miembro del PMI®
  - 27.3.2. Requisitos de acceso al examen de certificación PMP® y CAPM®
  - 27.3.3. Análisis de la experiencia profesional del alumno
  - 27.3.4. Plantilla de ayuda de reporte de experiencia profesional del alumno
  - 27.3.5. Reporte de experiencia en el software del PMI®



- 27.4. Examen de Certificación PMP® o CAPM®
  - 27.4.1. ¿Cómo es el examen de certificación PMP® o CAPM®?
  - 27.4.2. Número de preguntas puntuables y no puntuables
  - 27.4.3. Duración del examen
  - 27.4.4. Umbral de aprobado
  - 27.4.5. Número de preguntas por grupo de proceso
  - 27.4.6. Metodología de calificación
- 27.5. Metodologías ágiles:
  - 27.5.1. Agile
  - 27.5.2. SCRUM
  - 27.5.3. Kanban
  - 27.5.4. Lean
  - 27.5.5. Comparativa con las certificaciones del PMI®
- 27.6. Desarrollo del *software* en las metodologías ágiles
  - 27.6.1. Análisis de los distintos *softwares* del mercado
  - 27.6.2. Ventajas y beneficios
- 27.7. Ventajas y limitaciones de implantar las metodologías ágiles en tus proyectos tecnológicos
  - 27.7.1. Ventajas
  - 27.7.2. Limitaciones
  - 27.7.3. Metodologías ágiles vs herramientas tradicionales
- 27.8. Código Ético en la gestión de tus proyectos
  - 27.8.1. Responsabilidad
  - 27.8.2. Respeto
  - 27.8.3. Imparcialidad

# 04

# Objetivos docentes

A través de este exclusivo Grand Master, los expertos tendrán una sólida comprensión sobre la Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa. También, obtendrán una amplia gama de competencias para la creación de las propuestas, desde su concepción hasta su proceso de implementación. De esta forma, los profesionales tendrán los recursos necesarios para experimentar un salto en su trayectoria laboral y elevarlas a un nivel superior.



“

*Controlarás de forma óptima el presupuesto de las iniciativas, asegurando un uso efectivo de los recursos financieros disponibles”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección
- ♦ Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo
- ♦ Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- ♦ Fomentar la creación de estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos
- ♦ Trabajar de una forma más efectiva, más ágil y más alineado con las nuevas tecnologías y herramientas actuales
- ♦ Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial
- ♦ Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad
- ♦ Esclarecer el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios
- ♦ Aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa
- ♦ Realizar la estrategia de marketing que permita dar a conocer el producto a los clientes potenciales y generar una imagen adecuada de la empresa
- ♦ Establecer las pautas adecuadas para la adaptación de la empresa a la sociedad del cambio
- ♦ Proponer un modelo dinámico de empresa que apoye su crecimiento en los recursos intangibles
- ♦ Aumentar la empleabilidad del profesional que estudia este Master
- ♦ Mejorar el nivel salarial que los profesionales tienen a la hora de conseguir este título
- ♦ Conocer cómo gestionar las empresas, el trabajo y las personas en entornos de alta incertidumbre
- ♦ Saber trabajar de una forma más efectiva, más ágil y más alineado con las nuevas tecnologías y herramientas actuales
- ♦ Aprender cuáles son los aspectos legales clave a la hora de escribir el contrato de un proyecto
- ♦ Conocer las mejores prácticas para conseguir que tu equipo no solo esté involucrado sino comprometido con el mismo
- ♦ Entender la importancia de la responsabilidad social corporativa como parte esencial en todo proyecto
- ♦ Saber priorizar y retrasar proyectos e ideas dentro de una organización



## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Liderazgo, ética y Responsabilidad Social de las empresas

- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo ético que integren prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad en la estrategia empresarial
- ♦ Tomar decisiones que promuevan el bienestar social, el respeto por el medioambiente y la creación de valor a largo plazo para todas las partes interesadas

### Módulo 2. Dirección estratégica y *Management Directivo*

- ♦ Capacitar en la formulación y ejecución de estrategias empresariales que garanticen el crecimiento sostenible y la competitividad en mercados dinámicos
- ♦ Adquirir competencias en la gestión de equipos directivos, liderando la transformación de la organización para adaptarse a los desafíos del entorno global

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

- ♦ Proporcionar herramientas para la gestión del talento humano, desde la atracción hasta la retención de los mejores profesionales
- ♦ Diseñar estrategias de recursos humanos que alineen las competencias del personal con los objetivos estratégicos de la empresa

### Módulo 4. Dirección económico-financiera

- ♦ Ahondar en la toma de decisiones financieras estratégicas para maximizar la rentabilidad y minimizar los riesgos en la empresa
- ♦ Desarrollar competencias en la planificación financiera, el control de presupuestos y la gestión de inversiones a nivel organizacional

#### **Módulo 5. Dirección de operaciones y logística**

- ♦ Profundizar en la gestión eficiente de operaciones y logística, optimizando la cadena de suministro para reducir costos y mejorar la productividad
- ♦ Capacitar en la implementación de procesos operativos que alineen la estrategia empresarial con la demanda del mercado

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

- ♦ Ahondar en la integración y gestión de sistemas de información dentro de la empresa, mejorando la eficiencia operativa y la toma de decisiones basadas en datos
- ♦ Desarrollar habilidades para aplicar soluciones tecnológicas que optimicen los procesos y garanticen la competitividad en el mercado

#### **Módulo 7. Gestión comercial, Marketing estratégico y comunicación corporativa**

- ♦ Profundizar en la creación de estrategias comerciales y de marketing que aumenten la visibilidad de la marca y optimicen las relaciones con los clientes
- ♦ Examinar la gestión de la comunicación corporativa para fortalecer la identidad de la empresa y su reputación en el mercado

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

- ♦ Dominar técnicas de investigación de mercados para identificar oportunidades de negocio y desarrollar estrategias publicitarias efectivas
- ♦ Obtener habilidades para dirigir la actividad comercial, optimizando las campañas publicitarias y asegurando el cumplimiento de los objetivos

#### **Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos**

- ♦ Desarrollar competencias en la dirección de proyectos innovadores, gestionando el cambio y la adaptación continua a nuevas tendencias y tecnologías
- ♦ Capacitar en la planificación, ejecución y evaluación de proyectos de innovación que generen valor a largo plazo para la organización

#### **Módulo 10. Management Directivo**

- ♦ Capacitar en el desarrollo de habilidades directivas para liderar equipos, tomar decisiones estratégicas y gestionar el rendimiento organizacional
- ♦ Ser capaz de crear una cultura de innovación, responsabilidad y compromiso que optimice los resultados de la empresa

#### **Módulo 11. Alcance y cronograma del proyecto**

- ♦ Ahondar en la definición del alcance del proyecto, asegurando que todos los aspectos sean cubiertos sin desviaciones en el tiempo o recursos
- ♦ Desarrollar competencias para gestionar y controlar los cronogramas del proyecto, asegurando el cumplimiento de los plazos establecidos

#### **Módulo 12. Gestión Económica del proyecto**

- ♦ Profundizar en la gestión económica de proyectos, incluyendo la elaboración de presupuestos, la gestión de costos y la asignación de recursos financieros
- ♦ Abordar la toma de decisiones financieras dentro de los proyectos para optimizar el uso de los recursos y maximizar el retorno de inversión

**Módulo 13. Contratación y Calidad del proyecto**

- ♦ Indagar en la gestión de contratos y la relación con proveedores y clientes, asegurando que se cumplan los estándares de calidad en los proyectos
- ♦ Obtener habilidades para implementar controles de calidad efectivos durante todas las fases del proyecto

**Módulo 14. Organización y proyectos innovadores**

- ♦ Profundizar en la estructuración y organización de proyectos innovadores que impulsen la competitividad y la eficiencia organizacional en la estructuración y organización de proyectos innovadores que impulsen la competitividad y la eficiencia organizacional

**Módulo 15. Metodologías Ágiles**

- ♦ Manejar metodologías ágiles, como Scrum y Kanban, para gestionar proyectos de manera eficiente y flexible
- ♦ Adquirir competencias para implementar métodos ágiles que mejoren la productividad y la adaptabilidad de los equipos de trabajo

**Módulo 16. PMO**

- ♦ Analizar la gestión y supervisión de una oficina de gestión de proyectos, asegurando la alineación de los proyectos con los objetivos estratégicos de la empresa
- ♦ Implementar buenas prácticas en la gestión de proyectos, estandarizando procesos y mejorando el rendimiento organizacional

**Módulo 17. Gestión de los riesgos del proyecto**

- ♦ Desarrollar competencias en la identificación, evaluación y mitigación de riesgos dentro de los proyectos
- ♦ Capacitar para implementar estrategias de gestión de riesgos que aseguren el éxito y la continuidad del proyecto

**Módulo 18. Introducción finanzas proyectos**

- ♦ Ahondar en los fundamentos financieros aplicados a los proyectos, incluyendo la evaluación de viabilidad y la gestión de recursos financieros
- ♦ Ser capaz de calcular la rentabilidad de los proyectos y asegurar su viabilidad económica

**Módulo 19. Introducción al Diseño y Dirección de Proyectos Tecnológicos y Gestión de la Integración de Proyectos Tecnológicos**

- ♦ Profundizar en la gestión de proyectos tecnológicos, desde la planificación hasta la integración de las nuevas tecnologías en los procesos existentes
- ♦ Diseñar y dirigir proyectos tecnológicos, alineándolos con los objetivos estratégicos de la organización

**Módulo 20. Gestión de alcance de Proyectos Tecnológicos**

- ♦ Analizar en la definición y gestión del alcance de los proyectos tecnológicos, asegurando que se cumplan los objetivos establecidos sin desviaciones
- ♦ Desarrollar competencias para gestionar las expectativas de los *stakeholders* y los recursos del proyecto

### Módulo 21. Gestión del tiempo de Proyectos Tecnológicos

- ♦ Profundizar la gestión eficiente del tiempo en proyectos tecnológicos, incluyendo la planificación de actividades y la optimización de los plazos
- ♦ Ser capaz de identificar de cuellos de botella y la implementación de soluciones para garantizar la entrega puntual del proyecto

### Módulo 22. Gestión de los costos de Proyectos Tecnológicos

- ♦ Capacitar en la planificación y control de los costos en proyectos tecnológicos, asegurando el cumplimiento del presupuesto asignado
- ♦ Realizar un óptimo seguimiento de los costos y tomar decisiones que mantengan el proyecto dentro de los límites financieros establecidos

### Módulo 23. Gestión de la Calidad Proyectos Tecnológicos

- ♦ Ahondar en la implementación de controles de calidad en los proyectos tecnológicos, asegurando que los entregables cumplan con los estándares establecidos
- ♦ Profundizar en la medición y evaluación de la calidad en todas las fases del proyecto

### Módulo 24. Gestión de los recursos de Proyectos Tecnológicos

- ♦ Examinar la asignación y gestión eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros en proyectos tecnológicos
- ♦ Optimizar el uso de los recursos y garantizar el éxito del proyecto a largo plazo





### Módulo 25. Gestión de las comunicaciones y de los interesados (*stakeholders*) de Proyectos Tecnológicos

- ◆ Desarrollar habilidades para gestionar las comunicaciones dentro del proyecto, garantizando que todos los interesados reciban la información necesaria
- ◆ Capacitar en la gestión de las expectativas de los *stakeholders*, alineando sus intereses con los objetivos del proyecto

### Módulo 26. Gestión de las adquisiciones de Proyectos Tecnológicos

- ◆ Profundizar en la gestión de adquisiciones en proyectos tecnológicos, asegurando que se seleccionen los proveedores adecuados y se gestionen eficientemente los contratos
- ◆ Indagar en la negociación de acuerdos que favorezcan el éxito del proyecto

### Módulo 27. Certificación PMP® o CAPM® y Código ético. Tendencias y prácticas emergentes en la Gestión y dirección de Proyectos Tecnológicos

- ◆ Ahondar en la preparación para la certificación PMP® o CAPM®, y en la implementación de prácticas éticas y sostenibles en la gestión de proyectos tecnológicos
- ◆ Desarrollar competencias en la adopción de tendencias y mejores prácticas emergentes que mejoren la dirección de proyectos tecnológicos

# 05

# Salidas profesionales

Este Grand Master se convierte en una puerta de entrada hacia un abanico de oportunidades profesionales de alto nivel. Gracias a la solidez de sus contenidos, el enfoque aplicado y la visión estratégica que ofrece, este programa universitario capacitará a los egresados para liderar proyectos tecnológicos complejos con eficiencia y visión de futuro. Así, accederán a una amplia gama de salidas laborales, desde la dirección de proyectos tecnológicos en multinacionales, hasta la consultoría especializada en transformación digital. También, podrán asumir cargos de responsabilidad en departamentos de innovación, gestionar portafolios tecnológicos o incluso emprender iniciativas propias dentro de este sector.





“

*Liderarás procesos de Transformación Digital en las empresas, integrando tecnologías emergentes para optimizar los procesos operativos”*

### Perfil del egresado

El egresado de esta titulación universitaria será un profesional altamente capacitado para planificar, ejecutar y supervisar proyectos tecnológicos complejos. A su vez, poseerá un profundo conocimiento de metodologías ágiles, herramientas digitales y estrategias de gestión que optimizan recursos y aseguran el éxito de las iniciativas tecnológicas. Además, este experto estará preparado para liderar equipos multidisciplinarios, colaborar con diferentes departamentos y actuar como enlace entre la tecnología y los objetivos empresariales, promoviendo la innovación y eficiencia organizacional.

*Garantizarás la seguridad y el cumplimiento de normativas en los Proyectos Tecnológicos, protegiendo los activos digitales significativamente.*

- ♦ **Gestión de Proyectos y del Tiempo:** planificar, organizar y gestionar proyectos tecnológicos de manera eficiente, incluyendo el manejo del tiempo, la asignación de recursos y la coordinación de equipos multidisciplinarios para cumplir con los plazos y objetivos establecidos
- ♦ **Pensamiento Crítico y Resolución de Problemas:** analizar situaciones complejas, identificar desafíos tecnológicos y de negocio, y generar soluciones innovadoras y efectivas que optimicen los procesos y aseguren el éxito de los proyectos
- ♦ **Competencia Digital Avanzada:** manejar herramientas digitales y tecnologías emergentes, desde software de gestión de proyectos hasta plataformas de análisis de datos, para optimizar la ejecución y el seguimiento de los proyectos tecnológicos
- ♦ **Pensamiento Estratégico:** alinear los proyectos tecnológicos con los objetivos estratégicos de la empresa, identificando oportunidades de innovación y asegurando que las iniciativas contribuyan al crecimiento y la sostenibilidad organizacional



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

- 1. Director de Proyectos Tecnológicos:** gestor de proyectos tecnológicos dentro de la empresa, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos y garantizando la entrega exitosa en tiempo y presupuesto.
- 2. Gerente de Innovación:** encargado de liderar iniciativas de innovación tecnológica, desarrollando y aplicando nuevas soluciones para mejorar los procesos, productos y servicios de la organización.
- 3. Coordinador de Implementación Tecnológica:** coordinador de la implementación de nuevas tecnologías y sistemas, garantizando su integración eficaz en la infraestructura existente y su funcionalidad operativa.
- 4. Consultor de Gestión de Proyectos Tecnológicos:** asesor en empresas para la planificación, ejecución y optimización de sus proyectos tecnológicos, mejorando la eficiencia, reduciendo costos y asegurando el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- 5. Analista de Proyectos Tecnológicos:** responsable de evaluar y analizar el desempeño de los proyectos tecnológicos, identificando áreas de mejora y proporcionando recomendaciones para optimizar recursos y resultados.
- 6. Coordinador de Metodologías Ágiles:** encargado de aplicar metodologías ágiles para la gestión de proyectos, facilitando la adaptabilidad, la colaboración y la eficiencia en entornos dinámicos y cambiantes.
- 7. Gerente de Tecnología de la Información:** supervisor de las operaciones de TI, alineando las iniciativas tecnológicas con las necesidades empresariales y garantizando la continuidad operativa.
- 8. Director de Transformación Digital:** líder de los procesos de transformación digital en la empresa, integrando tecnologías emergentes para optimizar procesos, mejorar la competitividad y fomentar la innovación.
- 9. Coordinador de Seguridad de Proyectos Tecnológicos:** responsable de garantizar la seguridad y el cumplimiento de normativas en los proyectos tecnológicos, protegiendo los activos digitales y minimizando riesgos de ciberseguridad.
- 10. Gerente de Desarrollo de Software:** coordinador de equipos de desarrollo de software, asegurando la entrega de productos de alta calidad que cumplen con las necesidades del negocio y las expectativas de los clientes.



*Aplicarás Metodologías Ágiles para la gestión de las iniciativas, facilitando la adaptabilidad y la eficiencia en entornos dinámicos”*

# 06

## Licencias de software incluidas

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



“

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

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

Las licencias de software para uno académico permitirán a los estudiantes utilizar las aplicaciones informáticas más avanzadas en su área profesional, de modo que podrán conocerlas y aprender su dominio sin tener que incurrir en costes. TECH se hará cargo del procedimiento de contratación para que los alumnos puedan utilizarlas de modo ilimitado durante el tiempo que estén estudiando el programa de Grand Master en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa, y además lo podrán hacer de forma completamente gratuita.

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



### **SAS on Demand for Academics**

**SAS OnDemand for Academics** es un entorno cloud para análisis de datos avanzados, modelado estadístico y machine learning en sectores como salud, finanzas y retail. Con un valor de mercado superior a **1.000 euros** anuales, TECH lo incorpora de forma **gratuita** durante el programa universitario, permitiendo dominar herramientas usadas en empresas líderes. Esta plataforma opera completamente en la nube y no requiere instalación local. Permite

escalar proyectos con grandes volúmenes de datos y visualizar resultados en múltiples formatos. Su interfaz web, basada en SAS Studio, ofrece un entorno flexible para crear modelos predictivos, automatizar flujos de trabajo y generar informes ejecutivos con rapidez.

### **Google Career Launchpad**

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

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



### **Miro**

La Licencia **Miro**, es una plataforma de referencia mundial utilizada por equipos de innovación, diseño y gestión de proyectos. Esta herramienta, valorada en aproximadamente **190 euros**, estará disponible sin coste adicional durante todo el periodo académico, lo que representa una ventaja para potenciar el desarrollo de ideas en entornos profesionales.

Esta herramienta, activa únicamente mientras los especialistas permanezcan inscritos en el posgrado, representa una oportunidad valiosa para experimentar con herramientas reales y desarrollar proyectos colaborativos. En definitiva, Miro enriquecerá la experiencia académica y preparará a los egresados para afrontar con éxito los retos profesionales en entornos altamente dinámicos y tecnológicos.

### **SAS Viya for Learners**

**SAS Viya for Learners** es una plataforma de análisis avanzado para Inteligencia Artificial y business intelligence, con un valor de **1.200 euros** anuales. Se ofrece **gratis** durante el programa universitario en TECH, permitiendo dominar técnicas de Big Data con herramientas profesionales.

Esta plataforma simplifica el procesamiento de datos masivos mediante IA, combinando automatización con personalización. Soporta desde operaciones básicas, hasta modelos predictivos complejos en entornos cloud.

07

# Metodología de estudio

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

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



“

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

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



## Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

## Case studies o Método del caso

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

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

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



## Método Relearning

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

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

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

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



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



#### Material de estudio

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

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



#### Prácticas de habilidades y competencias

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



#### Resúmenes interactivos

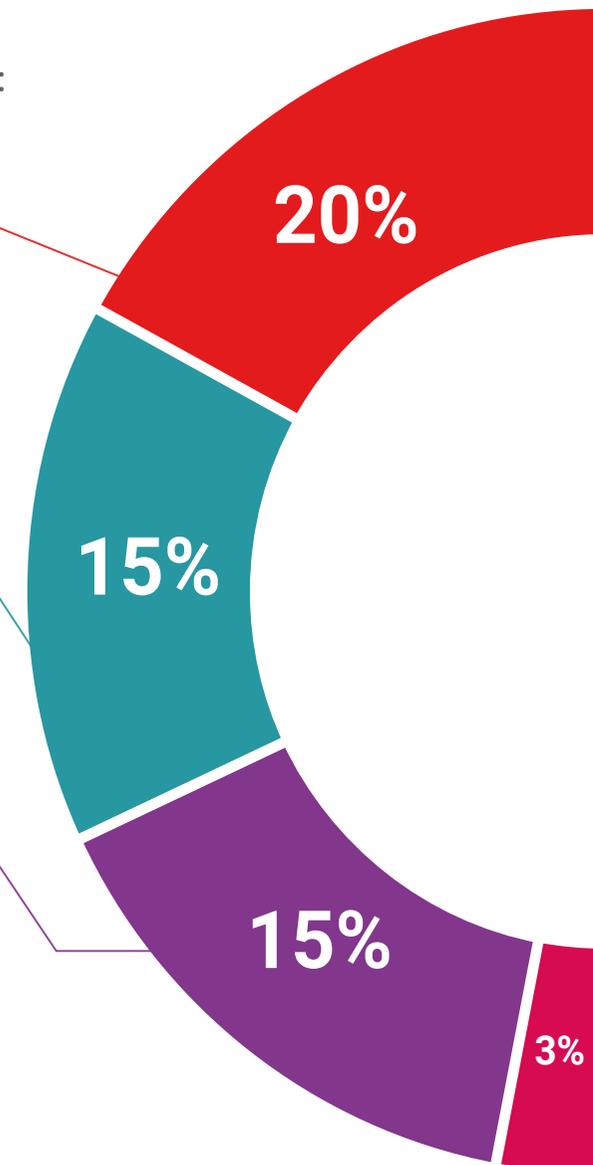
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



#### Lecturas complementarias

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





#### Case Studies

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



#### Testing & Retesting

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



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

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



08

# Cuadro docente

Leal a su filosofía de proporcionar las titulaciones universitarias más actualizadas y completas del panorama académico, TECH selecciona con exhaustividad a sus diversos claustros docentes. Para este Grand Master, ha reunido a los expertos más destacados en el ámbito de la Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa. Estos profesionales disponen de un amplio recorrido laboral, donde han desarrollado múltiples soluciones innovadoras para ayudar a las instituciones a mejorar sus procesos operativos y garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Así, los profesionales disfrutarán de una experiencia inmersiva que les permitirá dar un notable salto de calidad en sus carreras laborales.





“

*Contarás con el respaldo del equipo docente, integrado por auténticos especialistas en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa”*

## Director Invitado Internacional

Con una larga trayectoria enfocada en las enseñanzas superiores, J. Michael DeAngelis se ha desempeñado como **locutor, redactor de guiones y actor**. Tras ocupar diferentes cargos académicos en la Universidad de Pensilvania, ha sido nombrado **Director Asociado de Comunicaciones y Tecnología** en esta institución estadounidense. Allí, es el encargado de producir y presentar el pódcast informativo semanal **CS Radio**. Además, es cocreador del pódcast de comedia *Mission: Rejected*, en el cual realiza funciones de dirección, redacción y producción.

A lo largo de su trayectoria ha trabajado en cadenas de televisión educativa local y en **emisoras de radio** en las secciones de noticias. Por otra parte, luego de graduarse en **Artes Escénicas** en el Muhlenberg College, ha ocupado el cargo de director de **The Porch Room**, una productora de pódcast, cine y teatro. Con todo esto, ha tenido la oportunidad de realizar diferentes funciones en el ámbito de la **Comunicación** y el **Entretenimiento**. Asimismo, ha ejecutado tareas tanto delante como detrás de los micrófonos en el ámbito informativo y de entretenimiento.

En particular, con la irrupción de los **pódcast** y su continuo crecimiento, este experto se ha especializado en crear y producir este tipo de contenidos sonoros. A través de ellos, y gracias a su experiencia como actor, logra transmitir a los oyentes no solo información e historias, sino también emociones a través de la voz.

Por otro lado, DeAngelis ha sido reconocido en diversas ocasiones por su trabajo teatral, su obra *Drop* fue galardonada en el **Festival Samuel French Off-Off Broadway Short Play** en 2009. Ese mismo año, consiguió el **Premio Perry** de la **Asociación de Teatros Comunitarios de Nueva Jersey (NJACT)** a la mejor producción de una obra original por *Accidents Happen*. Al mismo tiempo, su destacada trayectoria le ha llevado a formar parte del **Dramatist Guild of America**.



## D. DeAngelis, J. Michael

---

- ♦ Director de Comunicaciones y Tecnología en la Universidad de Pensilvania, Estados Unidos
- ♦ Director de la productora The Porch Room
- ♦ Presentador del pódcast informativo semanal CS Radio
- ♦ Locutor y *Podcaster*
- ♦ Premio Perry de la NJACT
- ♦ Licenciado en Artes Escénicas por el Muhlenberg College
- ♦ Graduado de Interpretación y Crítica Teatral en el Goldsmiths College de la Universidad de Londres
- ♦ Miembro de: Gremio de Dramaturgos de América

“

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

## Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación** y **estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista **Fortune 50**, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento en Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es **crear equipos diversos, inclusivos** y de **alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar la marca de empleador** y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



## Dña. Dove, Jennifer

---

- ♦ Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal, 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



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

## Director Invitado Internacional

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

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

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



## D. Gauthier, Rick

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arman, Romi

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



## D. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Gram, Mick

---

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

“

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

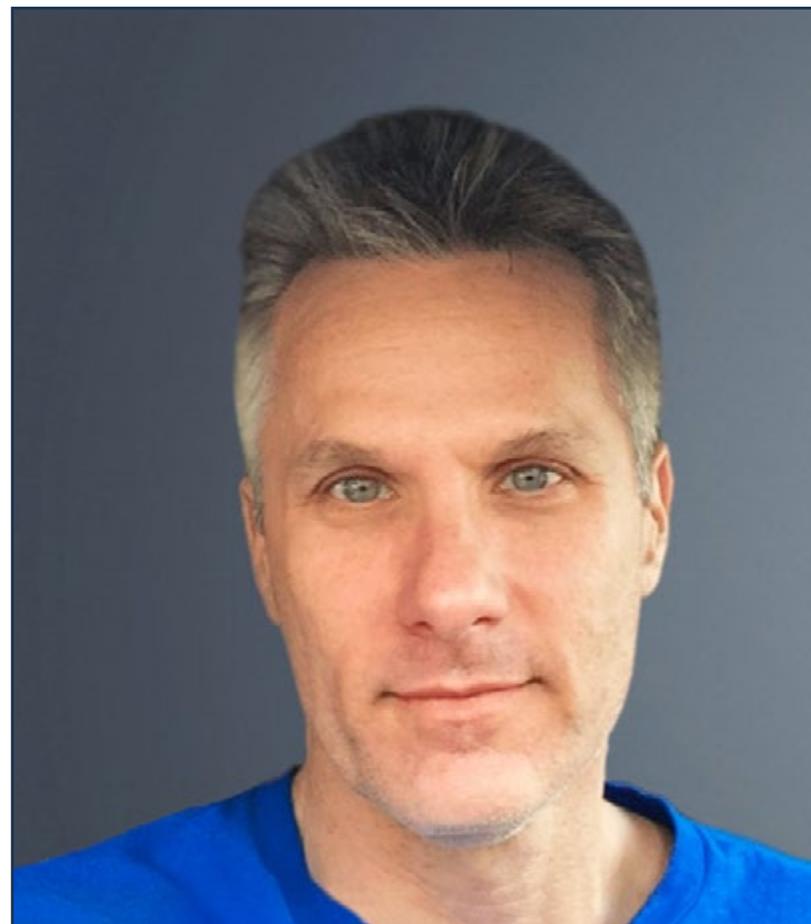
## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



## Dña. Thole-Muir, Wendy

---

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

“

*Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!”*

## Dirección



### Dra. Romero Mariño, Brunil Dalila

- ♦ Doctora en Tecnologías de la Información y la Comunicación
- ♦ Doctor en Tecnologías de la Información y la Comunicación por la Universidad de Granada (UGR), España
- ♦ Administradora de Base de Datos en la Asociación OCREM, Granada
- ♦ Consultora de Proyectos de *Software* y Arquitectura Tecnológica para distintas empresas en Venezuela
- ♦ Profesora Universitaria de Informática del Departamento de Procesos y Sistemas en la Universidad Simón Bolívar (USB), Venezuela
- ♦ Investigador en Ingeniería del *Software* y áreas conexas del Departamento de Procesos y Sistemas en la USB, Venezuela
- ♦ Tutora de Prácticas en la USB, Venezuela
- ♦ Profesora Universitaria de Informática de la Escuela de Ingeniería de Sistemas en la Universidad Bicentenario de Aragua (UBA), Venezuela
- ♦ Directora de la Escuela de Electrónica y Coordinadora de la Comisión de Trabajos Especial de Grado del Instituto Universitario de Tecnología Antonio José de Sucre (UTS), Venezuela
- ♦ Ingeniera de Sistemas por la UBA, Venezuela
- ♦ Experta en Comunicaciones y Redes de Comunicación de Datos por la Universidad Central de Venezuela (UCV)
- ♦ Máster en Ingeniería de Sistemas por la USB, Venezuela
- ♦ Miembro Evaluador de proyectos de doctorado de la Universidad Americana de Europa (UNADE)



### **D. Pampliega, Carlos**

- ♦ Responsable de la Oficina de Gestión de Proyectos y Riesgos, Consultor y Formador en diferentes Universidades y Escuelas de Negocio
- ♦ Director del Curso de Dirección de Proyectos Escuela de Negocios CEU Castilla y León
- ♦ Director de PMI Castilla y León Branch
- ♦ Miembro activo de PMI-Madrid Spain Chapter
- ♦ Miembro del Consejo Editorial de la Revista Científica Building & Management.
- ♦ Miembro del Comité de Jueces de PMO de PMO Global Alliance Awards
- ♦ Arquitecto especializado en la Gestión de Proyecto y Riesgos
- ♦ Certified Associate in Risk Management por la George Washington University
- ♦ Certificado Project Management Professional (PMP)
- ♦ Professional Scrum Master certificado por Scrum.org

## **Profesores**

### **Dr. Roji Ferrari, Salvador**

- ♦ Especialista en Contabilidad y Finanzas
- ♦ Autor de varios libros de finanzas y economía de la empresa
- ♦ Doctor en Contabilidad y Finanzas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en Ciencias de las Finanzas por la Universidad de Maryland & Baltimore
- ♦ Máster en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad de Maryland & Baltimore

09

# Titulación

El Grand Master en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Grand Master en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

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

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

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.



Título: **Grand Master en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **2 años**



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



**Grand Master**  
Gestión de Proyectos  
Tecnológicos en la Empresa

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Grand Master

## Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa

Aval/Membresía



Economics, Business  
and Enterprise Association



**tech**  
universidad