

Grand Master

MBA en Dirección Deportiva

G M M B A D D



Grand Master

MBA en Dirección Deportiva

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

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-mba-direccion-deportiva

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 26

07

Metodología

pág. 46

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 54

09

Dirección del curso

pág. 58

10

Impacto para tu carrera

pág. 66

11

Beneficios para tu empresa

pág. 70

12

Titulación

pág. 74

01 Bienvenida

El sector deportivo es una de las industrias con más impacto a nivel internacional. Con aficionados en todo el mundo, el entramado empresarial que se forma alrededor de la práctica deportiva es uno de los que más beneficios genera. Esto ha ocasionado que su gestión se haya convertido en una labor compleja para la que se demandan profesionales con amplia experiencia y, sobre todo, conocimientos en diferentes ámbitos. Todas estas áreas, aplicadas al ámbito deportivo, son fundamentales para quienes desean adentrarse en un sector altamente competitivo. Por eso, TECH desarrolla este programa donde los directivos tienen la oportunidad de potenciar sus competencias de planificación estratégica para las organizaciones deportivas.



Grand Master en MBA en Dirección Deportiva
TECH Universidad Tecnológica



“

Desarrollarás las destrezas necesarias para convertirte en un exitoso sport manager gracias a este Grand Master”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

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

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



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



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



Análisis

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



Excelencia académica

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



Economía de escala

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



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

El principal objetivo de este Grand Master en MBA en Dirección Deportiva de TECH es ofrecer a los profesionales de los negocios la capacitación necesaria para desarrollarse con éxito en un sector globalizado y con gran repercusión internacional como es la gestión deportiva. De esta manera, gracias a la realización de este programa, los alumnos obtendrán una visión global y estratégica sobre el *sport management*, que será fundamental para destacar en una industria ampliamente competitiva.



“

Un programa de gran nivel que te permitirá adentrarte con éxito en la gestión de empresas deportivas”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos
Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El Grand Master en MBA en Dirección Deportiva capacitará al alumno para:

01

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

04

Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial

02

Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable

03

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

05

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



06

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

08

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

09

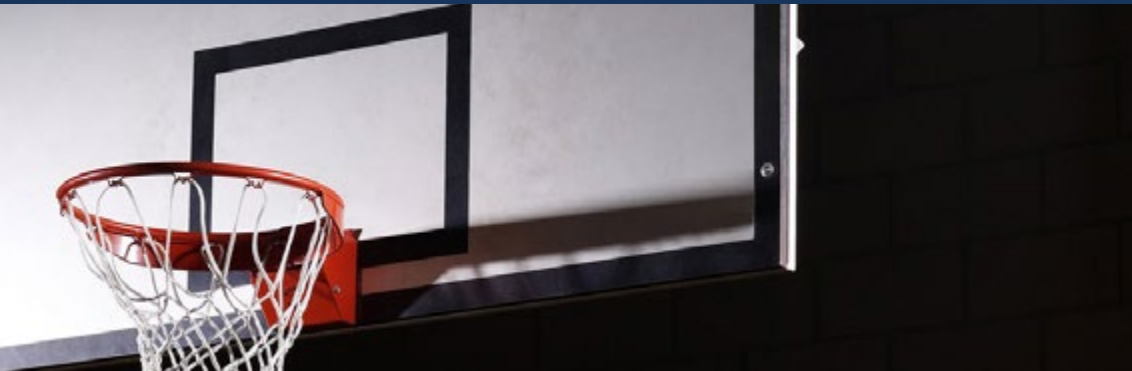
Realizar la estrategia de marketing que permita dar a conocer nuestro producto a nuestros clientes potenciales y generar una imagen adecuada de nuestra empresa

07

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

10

Especializar a profesionales preparados para trabajar en la industria deportiva



11

Convertirse en un exitoso gestor deportivo

14

Comprender que el deporte es un sector económico y de negocio diferente a cualquier otro sector, con sus especificidades y particularidades

12

Capacitar a directivos, líderes y a futuros gerentes de entidades deportivas



13

Conocer el mercado tanto nacional como internacional, con experiencias prácticas de los profesionales que forman parte del profesorado

15

Entender los diferentes actores que forman parte del deporte tanto a nivel internacional como nacional

16

Comprender las relaciones laborales existentes en el mundo deportivo

18

Conocer los pasos y etapas para la realización de un evento deportivo

19

Tener una visión amplia sobre la jurisdicción deportiva

17

Entender la importancia de la comunicación en el deporte

20

Potenciar las habilidades de liderazgo dentro de una entidad deportiva y conocer cómo gestionar debidamente a las personas en este sector



05

Competencias

El Grand Master en MBA en Dirección Deportiva es un programa de gran nivel académico ideado para mejorar la cualificación de los profesionales de los negocios. De esta manera, al finalizar el programa, los alumnos habrán adquirido las competencias necesarias para realizar una gestión deportiva competitiva, que permitirá mejorar el futuro de su negocio y, sobre todo, lograr la reputación adecuada para la entidad, hasta tal punto que se convierta en un centro de referencia internacional.



“

Un programa 100% online que amplificará tu currículum profesional con una doble titulación universitaria, si cumples con los requisitos de acceso oficiales”

01

Realizar una gestión global de la empresa, aplicando técnicas de liderazgo que influyan en el rendimiento de los trabajadores, de tal manera que se logren los objetivos de la empresa

02

Formar parte y liderar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

04

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

05

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



06

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

08

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



07

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

09

Liderar los diferentes proyectos de la empresa

10

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

11

Tener una visión general del entorno deportivo, tanto nacional como internacional, así como conocimientos sobre todas las áreas que componen la gestión deportiva: jurídica, financiera, estratégica, de eventos, marketing, comunicación

12

Comprender los modos de gestión y las relaciones contractuales que se derivan de la práctica deportiva

13

Resolver los conflictos que surgen entre los distintos sujetos implicados en el sector del deporte

14

Abordar cuestiones relativas a la celebración del contrato de trabajo, sus peculiaridades en materia de derechos y obligaciones de las partes, las posibles vicisitudes derivadas de la relación contractual y las especificidades de la relación laboral de los deportistas y otros profesionales en materia de suspensión o extinción del contrato

15

Conocer en profundidad los derechos colectivos de los deportistas, como la negociación colectiva, la seguridad social o la seguridad y salud en el trabajo



16

Gestionar un club de fútbol

18

Combatir las principales lacras que amenazan el deporte y su integridad: la violencia, la corrupción y el dopaje

19

Realizar debidamente un plan de marketing con todas sus fases

17

Llevar a cabo tareas del departamento financiero

20

Inspira a personas y equipos en entornos tan competitivos como el deportivo, para que avancen con una visión estratégica



06

Estructura y contenido

El Grand Master en MBA en Dirección Deportiva es un programa dirigido a profesionales del ámbito de los negocios, que cuentan con experiencia en el *sport management* o que desean dirigir su carrera hacia este campo. Su formato 100% online lo hace especialmente útil para quienes tienen que compaginar su tiempo de estudio con otras obligaciones diarias, ya sean profesionales o personales. Y, por ello, es una oportunidad única para las personas que necesitan autogestionar su proceso de aprendizaje.



“

Un plan de estudios muy bien estructurado que facilitará tu aprendizaje y te guiará por los conceptos más novedosos sobre la dirección de deportiva”

Plan de estudios

El Grand Master en MBA en Dirección Deportiva de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

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

Este programa trata en profundidad las principales áreas de las empresas deportivas y está diseñado para que los directivos entiendan el sport management desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

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

Módulo 11	Introducción al derecho y la gestión del deporte
Módulo 12	Estructura organizativa del deporte nacional e internacional
Módulo 13	Relaciones laborales en el deporte
Módulo 14	Planificación estratégica en las organizaciones deportivas
Módulo 15	Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte
Módulo 16	Jurisdicción deportiva
Módulo 17	Marketing y comunicación en deporte
Módulo 18	Organización de eventos deportivos
Módulo 19	Nuevas tendencias en el deporte: <i>Big Data & Esports</i>
Módulo 20	Liderazgo y gestión de personas en el deporte

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

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

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

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

1.1. Globalización y Gobernanza

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

1.2. Liderazgo

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

1.3. Cross Cultural Management

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

1.4. Desarrollo directivo y liderazgo

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

1.5. Ética empresarial

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

1.6. Sostenibilidad

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

1.7. Responsabilidad Social de la Empresa

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

1.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

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

1.9. Multinationales y derechos humanos

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

1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*

- 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
- 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 2. Dirección estratégica y Management Directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional

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

2.2. Estrategia Corporativa

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

2.3. Planificación y Formulación Estratégica

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

2.4. Pensamiento estratégico

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

2.5. Diagnóstico Financiero

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

2.6. Planificación y Estrategia

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

2.7. Modelos y Patrones Estratégicos

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

2.8. Estrategia Competitiva

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

2.9. Dirección Estratégica

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

2.10. Implementación de la Estrategia

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

2.11. Management Directivo

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

2.12. Comunicación Estratégica

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

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

<p>3.1. Comportamiento Organizacional</p> <p>3.1.1. Comportamiento Organizacional. Marco Conceptual</p> <p>3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional</p>	<p>3.2. Las personas en las organizaciones</p> <p>3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico</p> <p>3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones</p> <p>3.2.3. <i>Coaching</i> y gestión de equipos</p> <p>3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad</p>	<p>3.3. Dirección Estratégica de personas</p> <p>3.3.1. Dirección Estratégica y recursos humanos</p> <p>3.3.2. Dirección estratégica de personas</p>	<p>3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada</p> <p>3.4.1. La importancia de RR.HH.</p> <p>3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas</p> <p>3.4.3. Dirección estratégica de RR.HH.</p>
<p>3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR.HH.</p> <p>3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección</p> <p>3.5.2. El reclutamiento</p> <p>3.5.3. El proceso de selección</p>	<p>3.6. Gestión de recursos humanos por competencias</p> <p>3.6.1. Análisis del potencial</p> <p>3.6.2. Política de retribución</p> <p>3.6.3. Planes de carrera/sucesión</p>	<p>3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño</p> <p>3.7.1. La gestión del rendimiento</p> <p>3.7.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso</p>	<p>3.8. Gestión de la formación</p> <p>3.8.1. Las teorías del aprendizaje</p> <p>3.8.2. Detección y retención del talento</p> <p>3.8.3. Gamificación y la gestión del talento</p> <p>3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional</p>
<p>3.9. Gestión del talento</p> <p>3.9.1. Claves para la gestión positiva</p> <p>3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa</p> <p>3.9.3. Mapa del talento en la organización</p> <p>3.9.4. Coste y valor añadido</p>	<p>3.10. Innovación en gestión del talento y las personas</p> <p>3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico</p> <p>3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento</p> <p>3.10.3. Fidelización y retención</p> <p>3.10.4. Proactividad e innovación</p>	<p>3.11. Motivación</p> <p>3.11.1. La naturaleza de la motivación</p> <p>3.11.2. La teoría de las expectativas</p> <p>3.11.3. Teorías de las necesidades</p> <p>3.11.4. Motivación y compensación económica</p>	<p>3.12. <i>Employer Branding</i></p> <p>3.12.1. <i>Employer branding</i> en RR.HH.</p> <p>3.12.2. Personal Branding para profesionales de RR.HH.</p>
<p>3.13. <i>Coaching</i></p> <p>3.13.1. Uso del coaching en el desarrollo de personas</p> <p>3.13.2. Modelos y ámbitos de <i>Coaching</i></p> <p>3.13.3. Escuelas de <i>Coaching</i></p> <p>3.13.4. Acción y límites del coaching ejecutivo</p>	<p>3.14. Desarrollo competencial directivo</p> <p>3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?</p> <p>3.14.2. Elementos de las competencias</p> <p>3.14.3. Conocimiento</p> <p>3.14.4. Habilidades de dirección</p> <p>3.14.5. Actitudes y valores en los directivos</p> <p>3.14.6. Habilidades directivas</p>	<p>3.15. Gestión del tiempo</p> <p>3.15.1. Beneficios</p> <p>3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?</p> <p>3.15.3. Tiempo</p> <p>3.15.4. Las ilusiones del tiempo</p> <p>3.15.5. Atención y memoria</p> <p>3.15.6. Estado mental</p> <p>3.15.7. Gestión del tiempo</p> <p>3.15.8. Proactividad</p> <p>3.15.9. Tener claro el objetivo</p> <p>3.15.10. Orden</p> <p>3.15.11. Planificación</p>	<p>3.16. Gestión del cambio</p> <p>3.16.1. Gestión del cambio</p> <p>3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio</p> <p>3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio</p>
<p>3.17. Negociación y gestión de conflictos</p> <p>3.17.1. Negociación</p> <p>3.17.2. Gestión de Conflictos</p> <p>3.17.3. Gestión de Crisis</p>	<p>3.18. Comunicación directiva</p> <p>3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial</p> <p>3.18.2. Departamentos de Comunicación</p> <p>3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom</p>	<p>3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL</p> <p>3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos</p> <p>3.19.2. Prevención de riesgos laborales</p>	<p>3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento</p> <p>3.20.1. La productividad</p> <p>3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento</p>

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. Gestión de equipos y desempeño de personas

- 3.22.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 3.22.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

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
- 4.6.5. El Presupuesto de Tesorería
- 4.6.6. 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, etc)

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

5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento

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

5.5. Control económico de compras

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

5.6. Control de las operaciones de almacén

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

5.7. Gestión estratégica de compras

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

5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)

- 5.8.1. Cadena de suministro
- 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena suministro
- 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro

5.9. Supply Chain management

- 5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)
- 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 (CPFR)

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 *Ecommerce* frente al comercio tradicional

7.5. Managing digital business

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

7.6. Marketing digital para reforzar la marca

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

7.7. Estrategia de Marketing Digital

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

7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

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

7.9. Gestión de campañas digitales

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

7.10. Plan de marketing online

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

7.11. Blended marketing

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

7.12. Estrategia de ventas

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

7.13. Comunicación Corporativa

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

7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa

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

7.15. Comunicación y reputación digital

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

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial**8.1. Investigación de Mercados**

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

8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas

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

8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas

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

8.4. Segmentación de mercados

- 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
- 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
- 8.4.3. Segmentación de mercados de consumo
- 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
- 8.4.5. Estrategias de segmentación
- 8.4.6. La segmentación con base a criterios del marketing-mix
- 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado

8.5. Gestión de proyectos de investigación

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

8.6. La investigación de mercados internacionales

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

8.7. Los estudios de viabilidad

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

8.8. Publicidad

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

8.9. Desarrollo del plan de Marketing

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

8.10. Estrategias de promoción y Merchandising

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

8.11. Planificación de medios

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

8.12. Fundamentos de la dirección comercial

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

8.13. Negociación comercial

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

8.14. Toma de decisiones en gestión comercial

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

8.15. Dirección y gestión de la red de ventas

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

8.16. Implementación de la función comercial

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

8.17. Gestión de cuentas clave

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

8.18. Gestión financiera y presupuestaria

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

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

9.1. Innovación

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

9.2. Estrategia de Innovación

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

9.3. *Project Management* para *Startups*

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

9.4. Diseño y validación del modelo de negocio

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

9.5. Dirección y Gestión de Proyectos

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

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

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

9.7. Gestión de la comunicación de proyectos

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

9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras

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

9.9. Creación de una *startup*

- 9.3.1. Creación de una *startup*
- 9.3.2. Organización y cultura
- 9.3.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
- 9.3.4. Aspectos legales

9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

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

Módulo 10. Management Directivo
10.1. General Management

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

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

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

10.3. Dirección de operaciones

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

10.4. Oratoria y formación de portavoces

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

10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

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

10.6. Comunicación en situaciones de crisis

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

10.7. Preparación de un plan de crisis

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

10.8. Inteligencia emocional

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

10.9. Branding Personal

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

10.10. Liderazgo y gestión de equipos

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

Módulo 11. Introducción al derecho y la gestión del deporte
11.1. El entorno deportivo

- 11.1.1. Antecedentes históricos del derecho deportivo

11.2. Normativa deportiva estatal

- 11.2.1. Licencia deportiva
- 11.2.2. Régimen disciplinario deportivo. Especial referencia a la lucha contra el dopaje

11.3. Normativa deportiva autonómica
11.4. Normativa relacionada con las instalaciones deportivas
11.5. Introducción a la gestión deportiva y formas de gestión deportiva en España
11.6. Gestión y aspectos jurídicos derivados de la organización de eventos deportivos: responsabilidad civil y penal
11.7. Retransmisión de eventos deportivos. Aspectos jurídicos
11.8. Contratos deportivos: esquema de la estructura contractual deportiva
11.9. Intermediación deportiva
11.10. La gobernanza en las entidades deportivas

Módulo 12. Estructura organizativa del deporte nacional e internacional

12.1. Clubes deportivos y sociedades anónimas deportivas	12.2. Federaciones	12.3. Ligas	12.4. Consejo superior de deportes
12.5. Comité olímpico y paraolímpico español	12.6. Organización internacional del deporte	12.7. El deporte en la unión europea	12.8. Otras organizaciones al margen de la pirámide federativa: ejemplos en baloncesto y pádel
12.9. Fórmulas de resolución de conflictos en el ámbito nacional	12.10. Fórmulas de resolución de conflictos en el ámbito internacional		

Módulo 13. Relaciones laborales en el deporte

13.1. Marco jurídico del deporte profesional	13.2. Deportistas profesionales	13.3. Entrenadores	13.4. Árbitros y jueces deportivos
13.5. El contrato de trabajo de los deportistas	13.6. Derechos y deberes	13.7. Convenios colectivos	13.8. Cesiones temporales y transferencias
13.9. Extinción del contrato	13.10. Seguridad social		

Módulo 14. Planificación estratégica en las organizaciones deportivas

14.1. Introducción a la planificación y análisis estratégico en el deporte profesional	14.2. Compra-venta de entidades deportivas	14.3. Gestión de clubes de fútbol	14.4. Estructura y planificación deportiva
14.5. Desarrollo de negocio y explotación de estadios	14.6. Desarrollo de marca y derechos comerciales	14.7. Derechos de TV	14.8. Internacionalización de las entidades deportivas
14.9. Holding empresarial y fondos de inversión	14.10. Modelos prácticos de negocio		

Módulo 15. Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte

15.1. Introducción a las finanzas en el deporte	15.2. Interpretación de informes financieros	15.3. El PGC de las entidades deportivas. Estructura del balance	15.4. Los activos intangibles y su valoración
15.5. Estructura de la cuenta de resultados	15.6. Elaboración y control de presupuestos. Fuentes de ingresos y regulación	15.7. Mecanismos de inversión y financiación en el deporte. Sponsorización, mecenazgo y otras figuras	15.8. Valoración proyectos de inversión. Elaboración y posible estructura de un plan de viabilidad
15.9. Una aproximación a la planificación fiscal y patrimonial del deportista	15.10. Una aproximación a la fiscalidad de las entidades deportivas		

Módulo 16. Jurisdicción deportiva

16.1. Introducción a la llamada jurisdicción deportiva	16.2. Fuentes de la jurisdicción deportiva en España	16.3. Órganos con jurisdicción deportiva en España	16.4. Procedimientos para el ejercicio de la jurisdicción deportiva en España
16.5. Medidas cautelares y recursos en la jurisdicción deportiva en España	16.6. La violencia en el deporte en España	16.7. La integridad en el deporte en España	16.8. La corrupción en el deporte en España
16.9. El dopaje en el deporte en España	16.10. Las lacras del deporte en el ámbito internacional: dopaje, amaños y apuestas		

Módulo 17. Marketing y comunicación en deporte

17.1. Introducción al marketing deportivo	17.2. El plan de marketing	17.3. Branding y desarrollo de marca	17.4. Patrocinio deportivo
17.5. <i>Ambush marketing</i>	17.6. Comunicación en el deporte	17.7. Marketing digital y el deporte	17.8. Especialidad en deporte femenino
17.9. Marketing deportivo y otras áreas	17.10. Tendencias del marketing deportivo		

Módulo 18. Organización de eventos deportivos

18.1. Introducción a eventos deportivos	18.2. Origen e historia de los eventos deportivos	18.3. Gestión de eventos deportivos	18.4. Planificación como factor de éxito
18.5. Plan general del evento deportivo	18.6. Formas de ingresos	18.7. Patrocinios	18.8. Comunicación
18.9. Turismo deportivo y promoción local	18.10. Casos de éxito de eventos deportivos		

Módulo 19. Nuevas tendencias en el deporte: Big Data & eSports

19.1. Introducción al uso del Big data en el deporte. Vínculos y escenarios actuales	19.2. Metodología del análisis de datos. Fases y estrategias	19.3. Proveedores y fuentes de datos abiertas	19.4. Proveedores y fuentes de datos de pago
19.5. Informes e infografía: importancia vital de la muestra	19.6. Herramientas de tratamiento de datos	19.7. Comunicación aplicada al big data. En busca de la excelencia del material y de su muestra	19.8. Introducción a los deportes electrónicos
19.9. Gestión de los eSports	19.10. Aspectos legales y regulatorios de los deportes electrónicos		

Módulo 20. Liderazgo y gestión de personas en el deporte

20.1. Estilos de liderazgo

20.2. Habilidades directivas

20.3. Emprendimiento

20.4. RR.HH. y gestión del talento

20.5. Dirección de equipos

20.6. Coaching aplicado al deporte

20.7. Negociación

20.8. Resolución de conflictos

20.9. Habilidades comunicativas

20.10. Gestión de la presión



“

*Una experiencia académica
estimulante para adentrarte en un
sector ampliamente competitivo”*

07

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

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

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



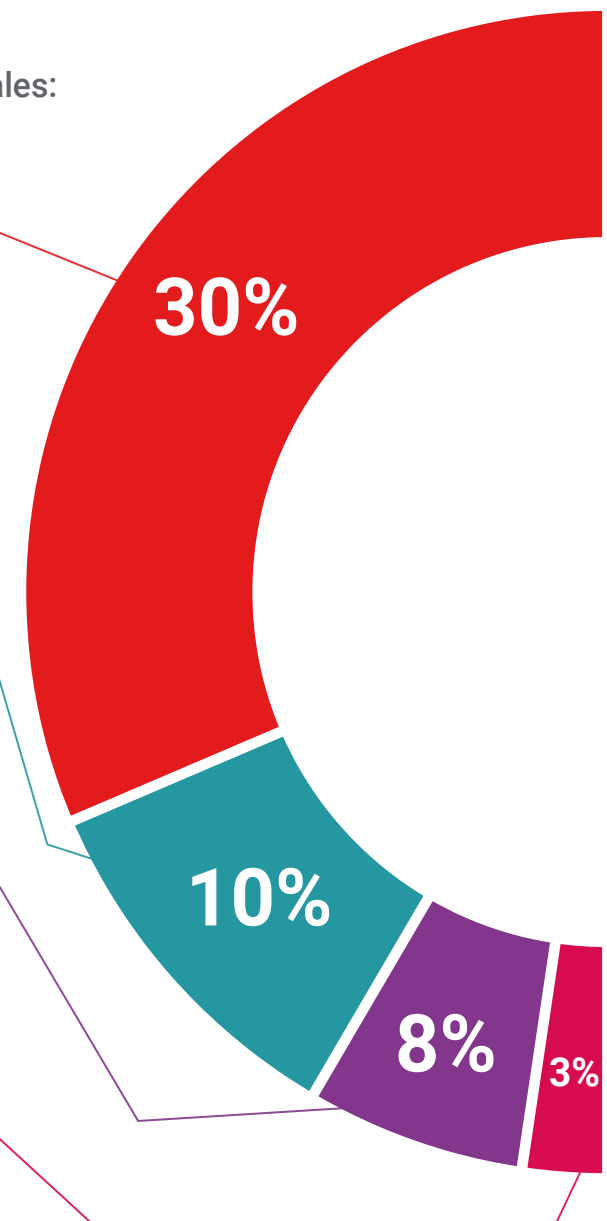
Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil de nuestros alumnos

Los alumnos de TECH son personas con estudios superiores que, conscientes de la importancia de la especialización para lograr una mejora laboral, están en una constante actualización de sus conocimientos. De esta manera, estos estudiantes adquieren, a lo largo de su carrera, una mejora de sus competencias y habilidades que es imprescindible para estar al día en los cambios que se suceden en cualquier rama profesional y, por ello, son capaces de destacar en calidad y efectividad frente a sus competidores más cercanos.





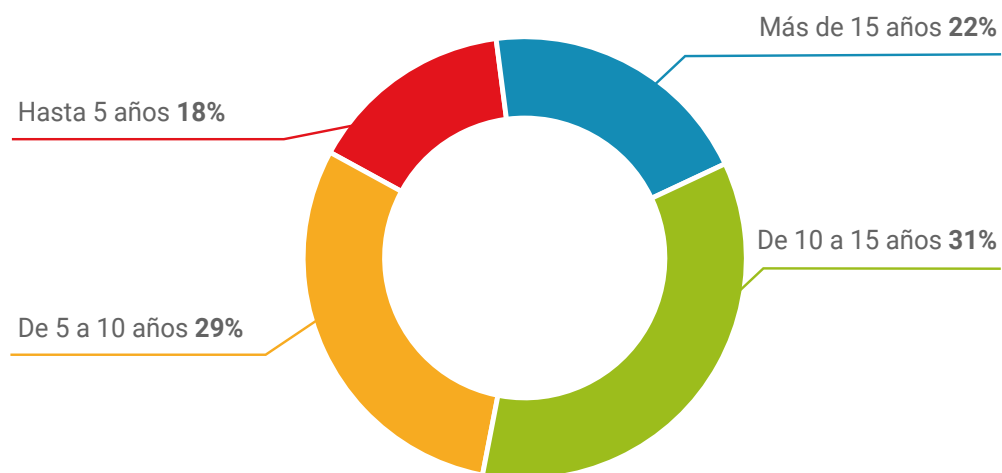
“

Los alumnos de TECH son personas que creen en la capacitación superior como método para mejorar sus habilidades y empleabilidad”

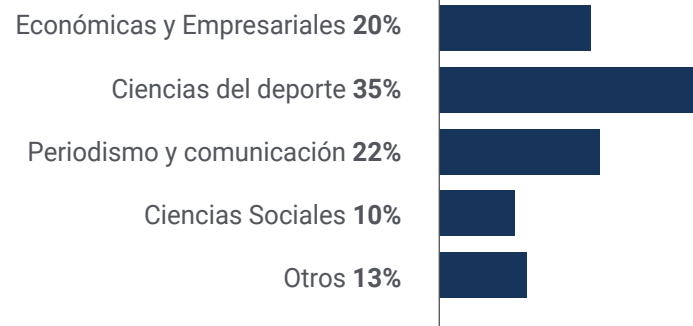
Edad media

Entre **35** y **45** años

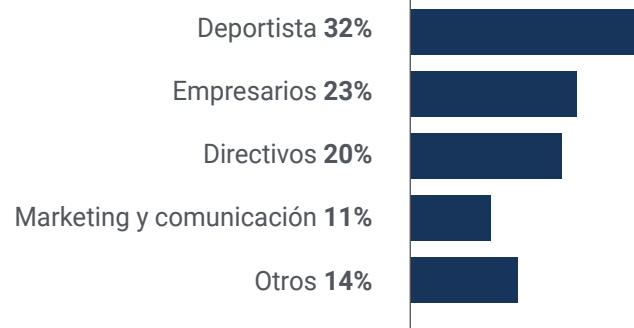
Años de experiencia



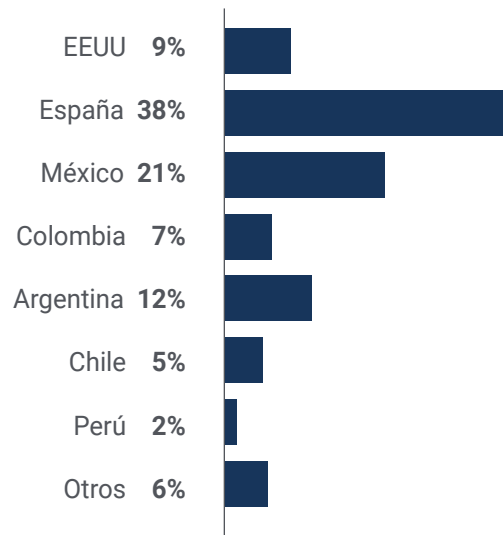
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Ignacio Ramírez

Gestor deportivo

"El deporte ha sido una de mis grandes aficiones desde que era pequeño. Siempre tuve claro que quería dedicarme a él de manera profesional y una lesión deportiva dirigió mi camino hacia la gestión deportiva. Aunque ya llevo algunos años sumergido en este sector, tenía la necesidad de mejorar mi capacitación en este campo y, por suerte, en TECH encontré el mejor programa del panorama actual. Además, su modalidad 100% online ha sido imprescindible para poder compaginar mi estudio con el resto de mis obligaciones".

09

Dirección del curso

Leal a su filosofía de ofrecer la calidad educativa, TECH reúne a profesionales de gran nivel para el diseño y la impartición de esta titulación universitaria. Los docentes de esta capacitación atesoran una amplia experiencia en la gestión deportiva, que vierten en este programa todo su conocimiento, tanto el adquirido a través del estudio como de la propia experiencia. Sin duda, profesores que se han volcado en este plan de estudio para ofrecer a los alumnos los conceptos y estrategias más novedosos que marcarán un plus de calidad en su desarrollo laboral.





“

Un cuadro docente de primer nivel que ha seleccionado la información más relevante para ofrecerte una especialización de calidad”

Dirección



Dr. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

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



Dña. Bellver Alonso, Reyes

- ♦ Asesora del Departamento de Fútbol Profesional de la FIFA
- ♦ Patrona de la Fundación para la Diversidad
- ♦ Abogada de Derecho Deportivo y Socia Fundadora en Bellver Sports–Legal Boutique
- ♦ Fundadora y Presidenta de la plataforma Leadership Woman Football
- ♦ Socia Fundadora y Presidenta de la Asociación de Derecho Deportivo de Madrid
- ♦ Coordinadora de la Asociación Internacional WISLaw–Women in Sports Law. España
- ♦ Vocal y Socia Fundadora de la Asociación Española para la Calidad Ética en el Deporte
- ♦ Máster en International Relations por la Universidad CEU San Pablo. Madrid
- ♦ Máster en Fiscalidad Empresarial por ICADE
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida
- ♦ Licenciada en Derecho con Especialidad en la Unión Europea por la Universidad CEU San Pablo. Madrid
- ♦ Premio Miki Roqué Paz a través del Deporte por su labor asociativa, formación y de mejora del Sector Deportivo, especialmente en cuestiones de género y defensa de la mujer en el deporte
- ♦ Certificada por la FIFA a través de su Programa sobre Liderazgo Femenino en el Fútbol (FIFA Female Leadership Development Programme)
- ♦ Incluida en el prestigioso listado internacional Who's Who Legal (WWL: Sports & Entertainment), como una de las Abogadas de referencia en el Sector del Derecho Deportivo

Profesores

D. Barras García, Pedro J.

- ♦ Especialista en Derecho Deportivo
- ♦ Asesor Fiscal Senior en Consultores Sayma Madrid
- ♦ Coordinador de Campañas de Promoción de Ajedrez con el Patronato Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Valladolid
- ♦ Monitor Nacional FEDA de Ajedrez y Monitor Autonómico de Fútbol Sala
- ♦ Autor de diversas publicaciones especializadas en tributación y contabilidad
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valladolid
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida

D. González Peña, Alexis José

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

Dr. Rubio Sánchez, Francisco

- ♦ Director Académico del Programa Internacional de Gestión Deportiva del CIES de la FIFA en España
- ♦ Presidente del Comité de Competición de la Real Federación Española de Fútbol Mediator de la FIFA y del TAS/CAS
- ♦ Cofundador, Responsable de Formación y Mediator del Instituto Español de Mediación Deportiva y Pacificación
- ♦ Arbitro del Comité de Expertos en Industria del Deporte y el Entrenimiento de la Asociación Europea de Arbitraje
- ♦ Consultor en Vessel Legal
- ♦ Abogado y Magistrado en la Audiencia Provincial de Badajoz
- ♦ Doctor en Derecho por la Universidad de Extremadura
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Extremadura
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida
- ♦ Miembro de: AEDD, ADDExtremadura y AGEDEX

Dña. Pascual, Mónica

- ♦ Directora General de *Making Talent Happen* para programas de Alto Rendimiento
- ♦ Asesora en Swissport Handling Madrid UTE
- ♦ Directora de Proyectos en Inpropack
- ♦ Columnista del blog Mentalidad Imparable en Diario AS
- ♦ Columnista deportiva en El País, RTVE, La Liga Sports TV, Men's Health, Palco 23, La Razón, entre otros
- ♦ Máster en Derecho internacional de Patentes en la Escuela de Organización industrial
- ♦ Experta Universitaria en Mediación por el Instituto Superior de Derecho y Economía

Dña. Díaz Marí, Montse

- ♦ Abogada especialista en Derecho Deportivo
- ♦ Abogada en Asesoría jurídico-deportiva DíazMarí
- ♦ Vicesecretaria de la Asociación Española de Derecho Deportivo (AEDD)
- ♦ Vocal de la Asociación Alumni del Máster Oficial en Derecho Deportivo (SLA)
- ♦ Abogada en Samsung Electronics Iberia
- ♦ Colaboradora del Comité Olímpico Español
- ♦ Entrenadora de baloncesto de nivel 2 en la FBPA
- ♦ Grado en Derecho por la Universidad de Ovied
- ♦ Máster en Mercados e Industria del Derecho del Deporte y del Entretenimiento por ISDE - Madrid
- ♦ Máster Oficial en Derecho Deportivo por INEFC-Lérida
- ♦ Máster Acceso a la Abogacía y Derecho de los Negocios por la Universidad San Pablo CEU – Madrid
- ♦ Título propio en Derecho Deportivo por la Universidad San Pablo CEU – Madrid

D. González Graña, Carlos

- ♦ Jurista Especializado en Derecho Deportivo
- ♦ Socio y CEO de BHI Negocios e Inversiones
- ♦ Director de BHI Sport & Investment SUMMIT
- ♦ Fundador y CEO de Callander Sport & Business
- ♦ Director Comercial del área deportiva en *Riskmedia Insurance Brokers*
- ♦ Asesor jurídico en Sport Internacional S.L.
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de La Coruña

Dr. Valiño Arcos, Alejandro

- ♦ Experto en Derecho Deportivo
- ♦ Catedrático en la Facultad de Derecho de la Universidad de Valencia
- ♦ Presidente del Tribunal del Deporte de la Comunidad Valenciana
- ♦ Presidente del Comité de Competición de la Federación de Tenis de la Comunidad Valenciana
- ♦ Director Deportivo del Sporting Club de Tenis
- ♦ Magistrado Suplente de la Audiencia Provincial de Valencia con más de un centenar de Resoluciones como Ponente
- ♦ Doctor en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Autor de libros, artículos y recensiones en materia jurídica sobre Derecho romano, Historia Antigua, Historia y actualidad del Derecho foral valenciano, Derecho civil español, Derecho Deportivo, Derecho comparado y Derecho privado europeo

Dña. Esperidião Hasenclever, Mônica

- ♦ Especialista en Marketing y Gestión Deportiva
- ♦ Key Account & Women's Football Manager en World Football Summit
- ♦ Chief Marketing Officer y Directora de la LWF Academy
- ♦ Cofundadora y CEO en Women Experience Sports
- ♦ Directora Ejecutiva en LVN Sport
- ♦ Jefa de Marketing Deportivo y Patrocinios en Telefónica Vivo
- ♦ Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad Presbiteriana Mackenzie
- ♦ Máster en Marketing Deportivo por la Escuela Universitaria Real Madrid de la Universidad Europea
- ♦ Postgrado en Gestión Deportiva por la Universidad Anhembi Morumbi

D. Novo San Miguel, Andrés

- ♦ Especialista en la Gestión de Eventos Deportivos
- ♦ Responsable de Marketing Institucional y Eventos en Diario AS
- ♦ Responsable de Estrategia y Desarrollo de Producto en RPM Sports
- ♦ Responsable de Producción de Eventos en Innevento Sports
- ♦ Licenciado en Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco
- ♦ Diplomado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad del País Vasco

Dña. Carmona Ramos, Sara

- ♦ Redactora Jefa de Datos en Relevo
- ♦ Presentadora de la sección de Análisis y Big Data del programa “El Día Después” en Movistar Plus
- ♦ Directora Académica en la Universidad Católica San Antonio de Murcia
- ♦ Cobertura deportiva de encuentros de La Liga para el grupo Atresmedia
- ♦ Presentadora de la sección en directo de Estadística Deportiva y Big Data en “Deportes Valladolid” en Castilla y León TV
- ♦ Graduada en Periodismo en la Universidad de Valladolid
- ♦ Experta en Análisis Deportivos de Datos y Big Data por la Universidad de Valladolid



“

*Da el paso para ponerte al día
en las últimas novedades en
MBA en Dirección Deportiva”*

10

Impacto para tu carrera

TECH pone a disposición de sus alumnos este Grand Master en MBA en Dirección Deportiva, con el que podrán dar un giro radical a su carrera. De esta manera, se trata de una opción única para mejorar a nivel profesional, logrando esa capacitación superior que será fundamental para lograr el crecimiento de las empresas deportivas de cualquier ámbito. Y, de esta manera, desarrollarse con éxito en un sector en auge que demanda profesionales con amplia experiencia y cualificación.



“

Este Grand Master supondrá un plus en tu carrera profesional, al poder adquirir los conocimientos más apropiados para la dirección deportiva”

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

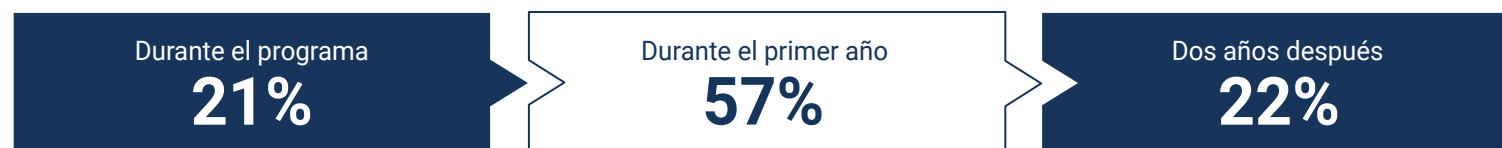
El Grand Master MBA en Dirección Deportiva de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional. Ayudarles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

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

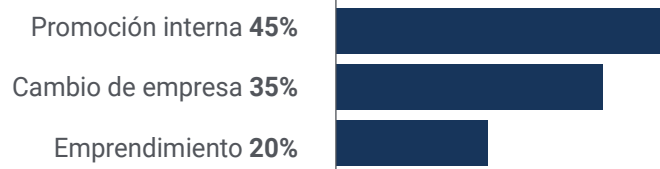
*Logra la oportunidad
laboral que deseas
aumentando tu
capacitación en TECH.*

*La realización de
este programa
te permitirá dar
un giro positivo
a tu carrera.*

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

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



11

Beneficios para tu empresa

El Grand Master en MBA en Dirección Deportiva contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Es todo un reto que supone un gran esfuerzo, pero que aportará al alumnado los beneficios necesarios para brillar en tu profesión y lograr mejoras en la organización. Pero, además, participar en este programa supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





“

Aporta a las empresas deportivas en las que trabajas un nuevo modelo de dirección y gestión, más actual, más competitivo”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

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



“

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

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

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

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

Título: **Grand Master MBA en Dirección Deportiva**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**



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



Grand Master

MBA en Dirección Deportiva

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

Grand Master

MBA en Dirección Deportiva

