

Grand Master

MBA en Dirección de Producción

Aval/Membresía

A background image featuring a man in a white shirt looking intently at a large screen displaying a blue line graph with data points. The image is partially obscured by diagonal geometric shapes in gold, blue, and green.

tech
universidad



Grand Master

MBA en Dirección de Producción

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

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



Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 34

05

Salidas profesionales

pág. 40

06

Metodología de estudio

pág. 44

07

Cuadro docente

pág. 54

08

Titulación

pág. 74

01

Presentación del programa

En la actualidad, la Dirección de Producción es un componente esencial para el éxito y la sostenibilidad de las empresas. En un mercado globalizado y altamente competitivo, las organizaciones enfrentan el desafío de optimizar recursos, reducir costos y satisfacer demandas cada vez más complejas. Frente a esto, los profesionales necesitan manejar metodologías sofisticadas como el *Lean Manufacturing* para mejorar tanto la eficiencia operativa de las organizaciones como para responder de forma ágil a los cambios del entorno. En este contexto, TECH lanza un innovador programa universitario enfocado en las últimas tendencias en la Dirección de Producción. Además, se imparte en un cómodo formato 100% online.





“

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

La Dirección de Producción ha evolucionado significativamente en las últimas décadas, integrando enfoques innovadores para optimizar los procesos y reducir los costos operativos. Hoy en día, la Dirección de Producción se enfrenta a retos cada vez más complejos. Entre ellos destacan la mejora de la eficiencia energética, la gestión de la cadena de suministro global y la adopción de nuevas tecnologías que permitan adaptarse a los cambios del mercado. Por eso, los profesionales necesitan manejar las estrategias más sofisticadas para afrontar estos desafíos, optimizando tanto los recursos disponibles como los procesos productivos.

Con esta idea en mente, TECH presenta un exclusivo Grand Master MBA en Dirección de Producción. Diseñado por referentes en esta área, el itinerario académico profundizará en cuestiones que abarcan desde el mapeo del flujo de valor y la implementación de metodologías Lean hasta la integración de un sistema de producción basado en la demanda, destinado a controlar la producción y minimizar el inventario. De este modo, los alumnos desarrollarán las habilidades necesarias para liderar y optimizar los procesos productivos de manera eficiente.

En cuanto a la metodología del programa universitario, esta se basa en el método *Relearning* de TECH, que garantiza la asimilación exhaustiva de conceptos complejos. Cabe destacar que lo único que requieren los especialistas para acceder a este Campus Virtual es un dispositivo con acceso a Internet. En él hallarán diversos recursos multimedia, como vídeos explicativos. Además, este plan de estudios incluye *Masterclasses* vanguardistas impartidas por reconocidos Directores Invitados de prestigio internacional, quienes compartirán su visión experta sobre las tendencias más recientes en la Alta Dirección en Producción.

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

Este **MBA en Dirección de Producción** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Dirección de Producción
- ♦ 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 Dirección de Producción
- ♦ 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



Contarás con la participación de destacados Directores Invitados Internacionales, quienes liderarán Masterclasses exclusivas, diseñadas para profundizar en los avances más innovadores en este ámbito”

“

Desarrollarás habilidades en la gestión eficiente de inventarios, utilizando técnicas avanzadas para mantener un equilibrio entre el almacenamiento de materiales y la demanda de producción”

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

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

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

Las lecturas especializadas te permitirán extender aún más la rigurosa información facilitada en esta propuesta académica.

Gracias al Relearning de TECH podrás asimilar los conceptos esenciales de una forma rápida, natural y precisa.



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 Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional

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.


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.

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

Los materiales didácticos que conforman este Grand Master MBA han sido confeccionados por auténticos referentes en el ámbito de la Dirección de Producción. Así pues, el plan de estudios ahondará en materias que incluyen la gestión del talento, la dirección de sistemas de información y la implementación de Lean *Manufacturing* en una organización. Gracias a esto, los egresados obtendrán habilidades avanzadas para liderar equipos multidisciplinarios y gestionar procesos productivos de manera eficiente.





“

Ahondarás en las estrategias más vanguardistas para automatizar procesos productivos, reduciendo costos y aumentando la eficiencia operativa”

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

- 1.1. Globalización y Gobernanza
 - 1.1.1. Globalización y tendencias: Internacionalización de mercados
 - 1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
 - 1.1.3. *Accountability* o Rendición de Cuentas
- 1.2. Liderazgo
 - 1.2.1. Entorno intercultural
 - 1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
 - 1.2.3. Roles y responsabilidades directivas
- 1.3. *Cross-Cultural Management*
 - 1.3.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
 - 1.3.2. La globalización en la gestión empresarial
 - 1.3.3. Liderazgo intercultural
- 1.4. *Management* y liderazgo
 - 1.4.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
 - 1.4.2. Política de Gestión y Procesos
 - 1.4.3. *Society and Enterprise*
- 1.5. Ética empresarial
 - 1.5.1. Ética e integridad
 - 1.5.2. Comportamiento ético en las empresas
 - 1.5.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
 - 1.5.4. Prevención del fraude y de la corrupción
 - 1.5.5. Finanzas e inversión responsables
- 1.6. Sostenibilidad
 - 1.6.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
 - 1.6.2. Impacto social, ambiental y económico
 - 1.6.3. Agenda 2030 y ODS
- 1.7. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 1.7.1. Responsabilidad Social de las empresas
 - 1.7.2. Roles y responsabilidades
 - 1.7.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa



- 1.8. Sistemas y herramientas de gestión responsable
 - 1.8.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social
 - 1.8.2. Integración de sistemas
 - 1.8.3. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral
 - 1.8.4. Auditorías
- 1.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 1.9.1. Globalización, derechos humanos y empresas multinacionales
 - 1.9.2. Multinacionales frente al Derecho internacional
 - 1.9.3. Instrumentos jurídicos específicos
- 1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 1.10.1. Normas Internacionales de Importación y Exportación
 - 1.10.2. Propiedad Intelectual e Industrial
 - 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

- 2.1. Análisis y diseño organizacional
 - 2.1.1. Cultura organizacional
 - 2.1.2. Análisis organizacional
 - 2.1.3. Diseño de la estructura organizacional
- 2.2. Estrategia Corporativa
 - 2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
 - 2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
 - 2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
 - 2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional
- 2.3. Planificación y Formulación Estratégica
 - 2.3.1. Pensamiento estratégico
 - 2.3.2. Formulación y Planificación estratégica
 - 2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa
- 2.4. Implementación de Estrategias Corporativas
 - 2.4.1. *Driving Corporate Strategy*
 - 2.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
 - 2.4.3. *Framing Corporate Strategy*

- 2.5. Desarrollo de Nuevos Negocios y Consolidación de la Empresa
 - 2.5.1. Desarrollo de nuevos negocios
 - 2.5.2. Crecimiento y consolidación de la empresa
- 2.6. Planificación y estratégica
 - 2.6.1. Relevancia de la Dirección Estratégica en el proceso de Control de Gestión
 - 2.6.2. Análisis del entorno y la organización
 - 2.6.3. *Lean Management*
- 2.7. Modelos y Patrones Estratégicos
 - 2.7.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
 - 2.7.2. Estrategia Corporativa: Metodologías
 - 2.7.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa
- 2.8. Estrategia competitiva
 - 2.8.1. Análisis del mercado
 - 2.8.2. Ventaja competitiva sostenible
 - 2.8.3. Retorno de la inversión
- 2.9. Dirección Estratégica
 - 2.9.1. Misión, visión y valores estratégicos
 - 2.9.2. *Balanced Scorecard* / Cuadro de Mando
 - 2.9.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
 - 2.9.4. Dirección estratégica y *reporting*
- 2.10. Implantación de la estratégica
 - 2.10.1. Implantación estratégica: Objetivos, acciones e impactos
 - 2.10.2. Supervisión y alineación estratégica
 - 2.10.3. Enfoque de mejora continua
- 2.11. Ejecución de la estrategia
 - 2.11.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
 - 2.11.2. Mapa estratégico
 - 2.11.3. Diferenciación y alineamiento
- 2.12. Comunicación estratégica
 - 2.12.1. Comunicación interpersonal
 - 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 2.12.3. Comunicación interna y plan de comunicación integral
 - 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- 3.1. Comportamiento organizacional
 - 3.1.1. Teoría de las organizaciones
 - 3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
 - 3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento
 - 3.1.4. Cultura organizacional
 - 3.1.5. Comportamiento y cambios organizativos
 - 3.1.6. Las personas en las organizaciones
 - 3.1.7. Pensamiento estratégico y sistema
 - 3.1.8. Planificación y gestión de proyectos del departamento de RR. HH
 - 3.1.9. Diseño organizativo estratégico
 - 3.1.10. Bases financieras y contables para la gestión de RR. HH
- 3.2. Las personas en las organizaciones
 - 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
 - 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
 - 3.2.3. *Coaching* y gestión de equipos
 - 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 3.3. Dirección estratégica de personas
 - 3.3.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
 - 3.3.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
 - 3.3.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
 - 3.3.4. Formación y desarrollo profesional
- 3.4. Análisis del puesto de trabajo
- 3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR. HH
- 3.6. Gestión de recursos humanos por competencias
- 3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
- 3.8. Gestión de la formación
- 3.9. Gestión del talento
- 3.10. Innovación en gestión del talento y las personas
- 3.11. Motivación
- 3.12. *Employer Branding*
- 3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño
- 3.14. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 3.14.1. Capacidades directivas: Competencias y habilidades del siglo XXI
 - 3.14.2. Habilidades no directivas
 - 3.14.3. Mapa de competencias y habilidades
 - 3.14.4. Liderazgo y dirección de personas
- 3.15. Gestión del tiempo
 - 3.15.1. Planificación, organización y control
 - 3.15.2. Metodología de la gestión del tiempo
 - 3.15.3. Planes de acción
 - 3.15.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo
- 3.16. Gestión del cambio
 - 3.16.1. Análisis del rendimiento
 - 3.16.2. Planteamiento estratégico
 - 3.16.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
 - 3.16.4. Enfoque de mejora continua
- 3.17. Negociación y gestión de conflictos
 - 3.17.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
 - 3.17.2. Técnicas de negociación efectiva
 - 3.17.3. Conflictos: factores y tipologías
 - 3.17.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación
 - 3.17.5. Comunicación interpersonal
 - 3.17.6. Conflictos interpersonales
 - 3.17.7. Negociación intercultural
- 3.18. Comunicación directiva
 - 3.18.1. Análisis del rendimiento
 - 3.18.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
 - 3.18.3. Gestión de procesos de cambio
 - 3.18.4. Gestión de equipos multiculturales
- 3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL
 - 3.19.1. Gestión de Recursos Humanos
 - 3.19.2. Gestión de equipos
 - 3.19.3. Plan de Prevención de Riesgos Laborales

- 3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 3.20.1. La productividad
 - 3.20.2. Palancas para productividad
 - 3.20.3. Palancas de atracción, retención y atracción de talento
- 3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria
 - 3.21.1. Modelos de bandas salariales
 - 3.21.2. Modelos de compensación no monetaria
 - 3.21.3. Compensación monetaria vs. No monetaria
- 3.22. Gestión de equipos y desempeño de personas
 - 3.22.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
 - 3.22.2. Gestión de equipos y de personas
 - 3.22.3. *Coaching* y desempeño de personas
 - 3.22.4. Reuniones directivas: Planificación y gestión de tiempos
- 3.23. Gestión del conocimiento y del talento
 - 3.23.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
 - 3.23.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
 - 3.23.3. Creatividad e innovación
- 3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital
 - 3.24.1. Nuevas formas de organización y nuevas metodologías de trabajo
 - 3.24.2. Habilidades digitales y Professional Brand
 - 3.24.3. HR y *Data Analysis*
 - 3.24.4. Gestión de personas en la era digital

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- 4.1. Entorno Económico
 - 4.1.1. Teoría de las organizaciones
 - 4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
 - 4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento
- 4.2. La financiación de la empresa
 - 4.2.1. Fuentes de financiación
 - 4.2.2. Tipos de coste en la financiación
 - 4.2.2.1. El coste del capital propio
 - 4.2.2.2. El coste de la deuda
 - 4.2.2.3. El coste medio ponderado de capital (WACC) en la valoración de proyectos de inversión

- 4.3. Contabilidad Directiva
 - 4.3.1. Marco internacional de Contabilidad
 - 4.3.2. Introducción al ciclo contable
 - 4.3.3. Estados Contables de las empresas
- 4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes
 - 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
 - 4.4.2. El stock en contabilidad general y en contabilidad de costes
 - 4.4.3. El gasto en la contabilidad general y la contabilidad de costes
 - 4.4.4. Clasificación de los costes
- 4.5. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 4.5.1. Fundamentos y clasificación
 - 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto
- 4.6. Presupuesto y Control de Gestión
 - 4.6.1. Planificación Presupuestaria
 - 4.6.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
 - 4.6.3. Supervisión y *reporting*
- 4.7. Gestión de tesorería
 - 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
 - 4.7.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
 - 4.7.3. *Credit Management*
 - 4.7.4. Gestión de fondos, patrimonios y *Family Offices*
- 4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas
 - 4.8.1. Responsabilidad fiscal corporativa
 - 4.8.2. Procedimiento tributario: Aproximación a un caso-país
- 4.9. Sistemas de control de las empresas
 - 4.9.1. Tipologías de Control
 - 4.9.2. Cumplimiento Normativo / *Compliance*
 - 4.9.3. Auditoría Interna
 - 4.9.4. Auditoría Externa
- 4.10. Dirección Financiera
 - 4.10.1. Introducción a la Dirección Financiera
 - 4.10.2. Dirección Financiera y estrategia corporativa
 - 4.10.3. Director Financiero (CFO): competencias directivas

- 4.11. Planificación Financiera
 - 4.11.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
 - 4.11.2. Herramientas de análisis financiero
 - 4.11.3. Planificación Financiera a corto plazo
 - 4.11.4. Planificación Financiera a largo plazo
- 4.12. Estrategia Financiera Corporativa
 - 4.12.1. Inversiones Financieras Corporativas
 - 4.12.2. Crecimiento estratégico: tipologías
- 4.13. Contexto Macroeconómico
 - 4.13.1. Análisis Macroeconómico
 - 4.13.2. Indicadores de coyuntura
 - 4.13.3. Ciclo económico
- 4.14. Financiación Estratégica
 - 4.14.1. Negocio Bancario: Entorno actual
 - 4.14.2. Análisis y gestión del riesgo
- 4.15. Mercados monetarios y de capitales
 - 4.15.1. Mercado de Renta Fija
 - 4.15.2. Mercado de Renta Variable
 - 4.15.3. Valoración de empresas
- 4.16. Análisis y planificación financiera
 - 4.16.1. Análisis del balance de situación
 - 4.16.2. Análisis de la cuenta de resultados
 - 4.16.3. Análisis de la rentabilidad
- 4.17. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 4.17.1. Metodología de Resolución de Problemas
 - 4.17.2. Método del Caso





Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- 5.1. Dirección y Gestión de Operaciones
 - 5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
 - 5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
 - 5.1.3. Sistemas de indicadores
- 5.2. Organización industrial y logística
 - 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
 - 5.2.2. Departamento de Logística Interna
 - 5.2.3. Departamento de Logística Externa
- 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO etc.)
 - 5.3.1. Sistema y estrategias de producción
 - 5.3.2. Sistema de gestión de inventario
 - 5.3.3. Indicadores de producción
- 5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento
 - 5.4.1. Función de aprovisionamiento
 - 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
 - 5.4.3. Proceso de decisión de la compra
- 5.5. Control económico de compras
 - 5.5.1. Diseño avanzado de almacenes
 - 5.5.2. *Picking* y *Sorting*
 - 5.5.3. Control de flujo de materiales
- 5.6. Control de las operaciones de almacén
 - 5.6.1. Operaciones de almacén
 - 5.6.2. Control de inventario y sistemas de ubicación
 - 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
- 5.7. Dirección de compras
 - 5.7.1. Gestión de Stocks
 - 5.7.2. Gestión de Almacenes
 - 5.7.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento
- 5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)
 - 5.8.1. Cadena de suministro
 - 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena de suministro
 - 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro

- 5.9. *Supply Chain management*
 - 5.9.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
 - 5.9.2. Cambio en los patrones de demanda
 - 5.9.3. Cambio en la estrategia de las operaciones
- 5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
 - 5.10.1. Áreas a considerar en la interacción
 - 5.10.2. Interrelaciones en SCM
 - 5.10.3. Problemas de integración en SCM
- 5.11. Costes de la logística
 - 5.11.1. Costes a considerar según área
 - 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
 - 5.11.3. Optimización de costes logísticos
- 5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS
 - 5.12.1. Rentabilidad y eficiencia de las mediaciones
 - 5.12.2. Indicadores generales de cadenas logísticas
 - 5.12.3. Indicadores específicos
- 5.13. Procesos logísticos
 - 5.13.1. Organización y gestión por procesos
 - 5.13.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
 - 5.13.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
 - 5.13.4. Servicio posventa
- 5.14. Logística de Transporte y distribución clientes
 - 5.14.1. Análisis de la demanda y previsión
 - 5.14.2. Previsión y planificación de ventas
 - 5.14.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*
- 5.15. Logística y clientes
 - 5.15.1. Análisis de la demanda y previsión
 - 5.15.2. Previsión y planificación de ventas
 - 5.15.3. *Collaborative Planning Forecasting and Replacement*
- 5.16. Logística internacional
 - 5.16.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
 - 5.16.2. Formas y medios de pago internacional
 - 5.16.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

- 5.17. *Outsourcing* de operaciones
 - 5.17.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
 - 5.17.2. Formas y medios de pago internacional
 - 5.17.3. Plataformas logísticas a nivel internacional
- 5.18. Competitividad en operaciones
 - 5.18.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
 - 5.18.2. Tecnologías y ciencias emergentes
 - 5.18.3. Sistemas de información en las operaciones
- 5.19. Gestión de la calidad
 - 5.19.1. La calidad total
 - 5.19.2. Sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015
 - 5.19.3. Sistemas integrados de gestión
 - 5.19.4. La Excelencia en la Gestión: modelo EFQM
 - 5.19.5. Herramientas de la calidad

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- 6.1. Entornos tecnológicos
 - 6.1.1. Sistemas de información empresarial
 - 6.1.2. Decisiones estratégicas
 - 6.1.3. Rol del CIO
- 6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
 - 6.2.1. Evolución del modelo de IT
 - 6.2.2. Organización y Departamento IT
 - 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico
- 6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
 - 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
 - 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
 - 6.3.3. Estrategia Corporativa vs. Estrategia tecnológica y digital
- 6.4. Dirección de Sistemas de Información
 - 6.4.1. Análisis de empresa y sectores industriales
 - 6.4.2. Modelos de negocio basados en internet
 - 6.4.3. El valor de la IT en la empresa

- 6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información
 - 6.5.1. El proceso de planificación estratégica
 - 6.5.2. Formulación de la estrategia de SI
 - 6.5.3. Plan de implantación de la estrategia
- 6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
 - 6.6.1. *Business Intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral
- 6.7. Sistemas de Información y *Business Intelligence*
 - 6.7.1. CRM y *Business Intelligence*
 - 6.7.2. Gestión de Proyectos de *Business Intelligence*
 - 6.7.3. Arquitectura de *Business Intelligence*
- 6.8. *Business Intelligence* empresarial
 - 6.8.1. El mundo del dato
 - 6.8.2. Conceptos relevantes
 - 6.8.3. Principales características
 - 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
 - 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
 - 6.8.6. Ciberseguridad en BI y *Data Science*
- 6.9. Nuevo concepto empresarial
 - 6.9.1. Por qué BI
 - 6.9.2. Obtención de la información
 - 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
 - 6.9.4. Razones por las que invertir en BI
- 6.10. Herramientas y soluciones BI
 - 6.10.1. Elección de la mejor herramienta
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
 - 6.10.4. Prometheus
- 6.11. Planificación y dirección Proyecto BI
 - 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
 - 6.11.2. Solución BI para tu empresa
 - 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos

- 6.12. Aplicaciones de gestión corporativa
 - 6.12.1. Modelos de negocio de base tecnológica
 - 6.12.2. Capacidades para innovar
 - 6.12.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor
- 6.13. Transformación Digital
 - 6.13.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
 - 6.13.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
 - 6.13.3. *eCommerce* como oportunidad de Internacionalización
- 6.14. Tecnologías y tendencias
 - 6.14.1. Estrategias en Social Media
 - 6.14.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
 - 6.14.3. Regulación digital
- 6.15. Outsourcing de TI
 - 6.15.1. *Mobile eCommerce*
 - 6.15.2. Diseño y usabilidad
 - 6.15.3. Operaciones del Comercio Electrónico

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- 7.1. Gestión Comercial
 - 7.1.1. Marco Conceptual de la innovación
 - 7.1.2. Tipologías de innovación
 - 7.1.3. Innovación continua y discontinua
 - 7.1.4. Formación e Innovación
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Innovación y estrategia corporativa
 - 7.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
 - 7.2.3. Talleres de innovación
- 7.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 7.3.1. Metodología Lean Startup
 - 7.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
 - 7.3.3. Modalidades de financiación
 - 7.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo Canvas y métricas
 - 7.3.5. Crecimiento y fidelización

- 7.4. Marketing digital y comercio electrónico
- 7.5. *Managing digital business*
- 7.6. Marketing digital para reforzar la marca
- 7.7. Estrategia de Marketing Digital
 - 7.7.1. Oportunidades de innovación
 - 7.7.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
 - 7.7.3. Definición y diseño de los proyectos
 - 7.7.4. Ejecución de los Proyectos
 - 7.7.5. Cierre de Proyectos
- 7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
- 7.9. Gestión de campañas digitales
- 7.10. Plan de marketing online
- 7.11. *Blended marketing*
- 7.12. Estrategia de ventas y de comunicación
- 7.13. Comunicación Corporativa RRHH
- 7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa
- 7.15. Comunicación y reputación digital
 - 7.15.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online
 - 7.15.2. Informe de reputación online
 - 7.15.3. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
 - 7.15.4. *Branding y networking 2.0*

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 8.1. Investigación de Mercados (Dirección comercial)
 - 8.1.1. Dirección de ventas
 - 8.1.2. Estrategia comercial
 - 8.1.3. Técnicas de venta y de negociación
 - 8.1.4. Dirección de equipos de ventas
- 8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
 - 8.2.1. Variables y escalas de medida
 - 8.2.2. Fuentes de información
 - 8.2.3. Técnicas de muestreo
 - 8.2.4. Tratamiento y análisis de los datos

- 8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
 - 8.3.1. Técnicas directas: *Focus Group*
 - 8.3.2. Técnicas antropológicas
 - 8.3.3. Técnicas indirectas
 - 8.3.4. *Two Face Mirror* y método Delphi
- 8.4. Segmentación de mercados
 - 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
 - 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
 - 8.4.3. Tipologías de mercado
 - 8.4.4. Concepto y análisis de la demanda
 - 8.4.5. Segmentación y criterios
 - 8.4.6. Definición de público objetivo
- 8.5. Gestión de proyectos de investigación
 - 8.5.1. Herramientas de análisis de información
 - 8.5.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
 - 8.5.3. Evaluación de viabilidad de proyectos
- 8.6. La investigación de mercados internacionales
 - 8.6.1. Introducción a la investigación de mercados internacionales
 - 8.6.2. Proceso de la investigación de mercados internacionales
 - 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en la Investigación Internacional
- 8.7. Los estudios de viabilidad
 - 8.7.1. Obtención de información de comportamientos y motivos de compra
 - 8.7.2. Análisis y valoración de la oferta competitiva
 - 8.7.3. Estructura y potencial de mercado
 - 8.7.4. Intención de compra
 - 8.7.5. Resultados de Viabilidad
- 8.8. Publicidad
 - 8.8.1. Marketing e impacto en la empresa
 - 8.8.2. Variables básicas del Marketing
 - 8.8.3. Plan de marketing
- 8.9. Desarrollo del plan de Marketing
 - 8.9.1. Análisis y diagnóstico
 - 8.9.2. Decisiones estratégicas
 - 8.9.3. Decisiones operativas

- 8.10. Estrategias de promoción y *Merchandising*
 - 8.10.1. Gestión de la publicidad
 - 8.10.2. Plan de comunicación y medios
 - 8.10.3. El *Merchandising* como técnica de Marketing
 - 8.10.4. Visual *Merchandising*
- 8.11. Planificación de medios
 - 8.11.1. Fuentes de la innovación
 - 8.11.2. Tendencias actuales en Marketing
 - 8.11.3. Herramientas de Marketing
 - 8.11.4. Estrategia de marketing y comunicación con los clientes
- 8.12. Fundamentos de la dirección comercial
 - 8.12.1. Análisis interno y externo. DAFO
 - 8.12.2. Análisis sectorial y competitivo
 - 8.12.3. Modelo Canvas
- 8.13. Negociación comercial
- 8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
- 8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
- 8.16. Implementación de la función comercial
- 8.17. *Key account management*
- 8.18. Gestión financiera y presupuestaria

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- 9.1. Innovación
 - 9.1.1. Marco Conceptual de la innovación
 - 9.1.2. Tipologías de innovación
 - 9.1.3. Innovación continua y discontinua
 - 9.1.4. Formación e Innovación
- 9.2. Estrategia de Innovación
 - 9.2.1. Innovación y estrategia corporativa
 - 9.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
 - 9.2.3. Talleres de innovación
- 9.3. Creación de una *startup*
 - 9.3.1. De la idea al modelo empresarial
 - 9.3.2. Los socios

- 9.3.3. Consideraciones jurídicas
- 9.3.4. Organización y cultura
- 9.3.5. Capital Riesgo y Gestión Emprendedora
- 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
 - 9.4.1. Metodología *Lean Startup*
 - 9.4.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
 - 9.4.3. Modalidades de financiación
 - 9.4.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo Canvas y métricas
 - 9.4.5. Crecimiento y fidelización
- 9.5. Dirección y Gestión de Proyectos
 - 9.5.1. Oportunidades de innovación
 - 9.5.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
 - 9.5.3. Definición y diseño de los proyectos
 - 9.5.4. Ejecución de los Proyectos
 - 9.5.5. Cierre de Proyectos
- 9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación
- 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
- 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
- 9.9. *Project Management* para Startups
- 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

Módulo 10. *Management* Directivo

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concepto de General Management
 - 10.1.2. La acción del director general
 - 10.1.3. El director general y sus funciones
 - 10.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 10.2. *Management* Directivo
 - 10.2.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
 - 10.2.2. *Management* directivo y desarrollo de procesos
 - 10.2.3. Política de Gestión y Procesos
 - 10.2.4. *Society and Enterprise*
 - 10.2.5. *Knowledge Management*

- 10.3. Las personas en las organizaciones
 - 10.3.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
 - 10.3.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
 - 10.3.3. *Coaching* y gestión de equipos
 - 10.3.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 10.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 10.4.1. Comunicación interpersonal
 - 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 10.4.3. Barreras para la comunicación
- 10.5. Comunicación Personal y Organizacional
 - 10.5.1. La comunicación y objetivos
 - 10.5.2. Aplicar las habilidades de la comunicación.
 - 10.5.3. La comunicación en las organizaciones.
 - 10.5.4. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 10.5.5. Elaboración de un plan de comunicación corporativo
 - 10.5.6. Departamento de comunicación en la organización
 - 10.5.7. Ventajas de la comunicación interna
 - 10.5.8. Estrategias de comunicación externa
 - 10.5.9. Comunicación Corporativa 2.0
 - 10.5.10. Gestión de crisis en la comunicación
- 10.6. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 10.6.1. Concepto de desarrollo directivo
 - 10.6.2. Concepto de liderazgo
 - 10.6.3. Teorías del liderazgo
 - 10.6.4. Estilos de liderazgo
 - 10.6.5. La inteligencia en el liderazgo
 - 10.6.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 10.7. Liderazgo 2.0
 - 10.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 10.7.2. Motivación
 - 10.7.3. Inteligencia emocional
 - 10.7.4. Capacidades y habilidades del líder 2.0
 - 10.7.5. Reuniones eficaces

- 10.8. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 10.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
 - 10.8.2. Método del Caso
 - 10.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones
- 10.9. Negociación y resolución de conflictos
 - 10.9.1. Técnicas de negociación efectiva
 - 10.9.2. Conflictos interpersonales
 - 10.9.3. Negociación intercultural
- 10.10. Gestión del tiempo
 - 10.10.1. Planificación, organización y control
 - 10.10.2. Metodología de la gestión del tiempo
 - 10.10.3. Planes de acción
 - 10.10.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

Módulo 11. Lean Manufacturing. Principios y Contexto

- 11.1. *Lean Manufacturing*
 - 11.1.1. *Lean Manufacturing*. Origen
 - 11.1.2. Principios de *Lean Manufacturing*
 - 11.1.3. Beneficios de la Metodología *Lean Manufacturing*
- 11.2. *Toyota Production System* (TPS). La filosofía de producción en la fábrica de Toyota
 - 11.2.1. Sistema de Producción Toyota (TPS)
 - 11.2.2. Principios clave del TPS
 - 11.2.3. Los pilares del TPS
- 11.3. Precursores del *Lean Manufacturing*
 - 11.3.1. Kiichiro Toyoda, Taiichi Ohno y Shigeo Shingo
 - 11.3.2. Edward Deming
 - 11.3.3. James Womack, Daniel Jones y Michael George
- 11.4. Concepto "*Lean*" y su aplicación en la producción
 - 11.4.1. Identificación de valor y el mapeo del flujo de valor
 - 11.4.2. Creación de flujo continuo y establecimiento de la producción Pull
 - 11.4.3. Búsqueda de la perfección



- 11.5. *Lean Manufacturing* y *Total Quality Management*
 - 11.5.1. *Lean Manufacturing* y *Total Quality Management*
 - 11.5.2. Puntos en común entre *Lean Manufacturing* y *Total Quality Management*
 - 11.5.3. Diferencias entre *Lean Manufacturing* y *Total Quality Management*
- 11.6. *Lean Manufacturing* y 6 Sigma
 - 11.6.1. *Lean Manufacturing* y 6 Sigma
 - 11.6.2. Puntos en común entre *Lean Manufacturing* y 6 Sigma
 - 11.6.3. Diferencias entre *Lean Manufacturing* y 6 Sigma
- 11.7. *Lean Manufacturing* y reingeniería de procesos
 - 11.7.1. *Lean Manufacturing* y reingeniería de procesos
 - 11.7.2. Puntos en común entre *Lean Manufacturing* y reingeniería de procesos
 - 11.7.3. Diferencias entre *Lean Manufacturing* y reingeniería de procesos
- 11.8. *Lean Manufacturing* y *Theory of Constraints* (TOC)
 - 11.8.1. *Lean Manufacturing* y *Theory of Constraints* (TOC)
 - 11.8.2. Puntos en común entre *Lean Manufacturing* y *Theory of Constraints* (TOC)
 - 11.8.3. Diferencias entre *Lean Manufacturing* y *Theory of Constraints* (TOC)
- 11.9. *Lean Manufacturing*. Integración con la Industria 4.0
 - 11.9.1. Evolución de *Lean Manufacturing* en la era de la Industria 4.0
 - 11.9.2. Integración de *Lean Manufacturing* con la Industria 4.0
 - 11.9.3. Futuro de *Lean Manufacturing* en la era de la Industria 4.0
- 11.10. Aplicaciones de la filosofía *lean* en otros ámbitos: *Lean Logistics*, *Lean Office*, *Lean Service*
 - 11.10.1. *Lean Logistics*, *Lean Office*, *Lean Service*. Aplicaciones
 - 11.10.2. Aplicaciones en *Lean Logistics*
 - 11.10.3. Aplicaciones en *Lean Office*
 - 11.10.4. *Lean Service*

Módulo 12. Valor y Desperdicio (*Muda*): Identificación y eliminación de actividades que no agregan valor

- 12.1. Concepto de “valor” desde la perspectiva del cliente
 - 12.1.1. Satisfacción de las necesidades del cliente
 - 12.1.2. Valor percibido vs. valor tangible
 - 12.1.3. Relación valor/precio
- 12.2. *Quality Function Deployment*
 - 12.2.1. *Quality Function Deployment*. Concepto y definición
 - 12.2.2. Técnicas para la identificación de las necesidades del cliente
 - 12.2.3. Despliegue de la calidad
- 12.3. Mura en *Lean Manufacturing*
 - 12.3.1. Variabilidad en la demanda
 - 12.3.2. Variabilidad en la producción
 - 12.3.3. Variabilidad en el suministro
- 12.4. Muri en *Lean Manufacturing*
 - 12.4.1. Sobrecarga en equipos
 - 12.4.2. Sobrecarga en las personas
 - 12.4.3. Sobrecarga en los sistemas
- 12.5. Mudras relacionadas con la fabricación
 - 12.5.1. Sobreproducción
 - 12.5.2. Tipos y causas de la sobreproducción
 - 12.5.3. Procesamientos innecesarios
- 12.6. Mudras relacionadas con la calidad
 - 12.6.1. Defectos de calidad para retrabajar o desechar
 - 12.6.2. Causas de los defectos de calidad
 - 12.6.3. Desecho vs. retrabajo
- 12.7. Mudras relacionadas con el transporte
 - 12.7.1. Transportes innecesarios
 - 12.7.2. Causas de los tiempos de espera
 - 12.7.3. Estrategias para evitar/minimizar los tiempos de espera
- 12.8. Mudras relacionadas con el exceso de inventario
 - 12.8.1. Exceso de inventarios de MP
 - 12.8.2. Exceso de inventarios en proceso
 - 12.8.3. Exceso de inventarios de producto acabado

- 12.9. Mudras relacionadas con los tiempos de espera/ociosos
 - 12.9.1. Tipos de tiempo de espera
 - 12.9.2. Causas de los tiempos de espera
 - 12.9.3. Estrategias para evitar/minimizar los tiempos de espera
- 12.10. Nuevas Mudras definidas
 - 12.10.1. Falta de formación en el personal
 - 12.10.2. Mal aprovechamiento de las capacidades y habilidades del personal
 - 12.10.3. Recursos dedicados a procesos no estratégicos o prioritarios

Módulo 13. Mapeo del flujo de valor: Análisis y Mapeo del flujo de materiales, información y actividades en un proceso. Optimización de flujos

- 13.1. El mapa de flujo de valor. *Value Stream Mapping* (VSM)
 - 13.1.1. Flujo de valor
 - 13.1.2. El mapa de flujo de valor
 - 13.1.3. Selección de una familia de productos
- 13.2. Conexión, estrategia y táctica con el VSM
 - 13.2.1. *The Quality Cost Delivery* (QCD). El cliente manda
 - 13.2.2. El *Hoshin Kanri*, de la visión a la táctica
 - 13.2.3. La Gestión Visual como mecanismo para priorizar y alinear
- 13.3. Mapa de flujo de valor en el estado actual
 - 13.3.1. Trazado de un mapa de flujo de valor
 - 13.3.2. Símbolos empleados en el diseño del mapa de flujo de valor
 - 13.3.3. Recolección de datos
- 13.4. Los tiempos de un mapa de flujo de valor VSM
 - 13.4.1. *Takt Time*, el ritmo marcado por el cliente
 - 13.4.2. Tiempo de ciclo
 - 13.4.3. *Lead Time*, el tiempo necesario *end – to – end*
- 13.5. La cadena de valor Lean
 - 13.5.1. Problema de la sobreproducción
 - 13.5.2. Características de una cadena de valor Lean
 - 13.5.3. Creación de flujo continuo para crear procesos Lean

- 13.6. Mapa de flujo de valor en estado futuro
 - 13.6.1. Trazado de un mapa de flujo de valor
 - 13.6.2. Símbolos empleados para su diseño futuro
 - 13.6.3. Del mapa futuro al plan de trabajo
- 13.7. Planificación y mejora de la cadena de valor
 - 13.7.1. Planificación de la implementación
 - 13.7.2. Priorización de actividades
 - 13.7.3. Conectar el VSM con la estrategia
- 13.8. *Value Supply Chain Management*
 - 13.8.1. Mapeado del estado actual de la cadena de suministro
 - 13.8.2. Símbolos empleados para su diseño
 - 13.8.3. Diseño de la cadena de suministro futura
- 13.9. *Value Stream Project Management*, el Proyecto *Lean*
 - 13.9.1. Particularidades de un proyecto vs. un proceso
 - 13.9.2. El flujo de valor de un proyecto
 - 13.9.3. Análisis del estado actual y el diseño del futuro
- 13.10. *Yokoten*
 - 13.10.1. *Yokoten*. Fundamentos
 - 13.10.2. Las 3 fases del *Yokoten*
 - 13.10.3. *Standard Solution Cycle*

Módulo 14. Flujo Continuo: Diseño de procesos para un flujo de trabajo fluido y continuo

- 14.1. Flujo continuo
 - 14.1.1. La creación de flujo en el *Toyota Production System*
 - 14.1.2. Los catorce principios de la cultura de *Toyota Way*
 - 14.1.3. *Total Flow Management*, la unión de la creación de flujo y el *Pull Flow System*
- 14.2. Procesos
 - 14.2.1. Tipología de procesos industriales
 - 14.2.2. Departamentos vs. procesos vs. flujos
 - 14.2.3. Integración de procesos

- 14.3. Flujos
 - 14.3.1. Los diferentes tipos de flujos: materiales, equipos, personas e información
 - 14.3.2. *Job - shop* vs. *Flow - shop*
 - 14.3.3. Flujos turbulentos vs. Flujos lineales
- 14.4. Máquinas, equipos y líneas
 - 14.4.1. La fiabilidad del hardware como elemento esencial para la creación de flujo
 - 14.4.2. La filosofía *Jidoka* como elemento imprescindible en la creación de flujo
 - 14.4.3. Máquina monumento vs. máquina *Lean*
- 14.5. Materiales
 - 14.5.1. Distribución en planta tradicional vs. distribución en planta *Lean*
 - 14.5.2. PFEP (*Plan - For - Each - Part*)
 - 14.5.3. Producción por lotes vs. flujo continuo (*One - piece - flow*)
- 14.6. Personas
 - 14.6.1. El cliente interno, concepto en un entorno *Lean*
 - 14.6.2. El rol de un *manager Lean*
 - 14.6.3. El papel de un operario *Lean*
- 14.7. Información
 - 14.7.1. Sistema de Información General de la Empresa (ERP)
 - 14.7.2. Sistemas de información concretos del entorno industrial
 - 14.7.3. Tablero de marcha, como elemento del *Daily Management System*
- 14.8. *Lean Flow System*
 - 14.8.1. Expulsión del *Muda* en el proceso productivo
 - 14.8.2. La célula autónoma como paradigma *Lean*
 - 14.8.3. Herramientas de soporte *Lean*: 5S, *Visual Management*, SMED
- 14.9. Ejemplos de aplicación de la creación de flujo
 - 14.9.1. Ejemplo de implantación en el sector automoción
 - 14.9.2. Ejemplo de aplicación en el sector metalúrgico
 - 14.9.3. Ejemplo de utilización en el sector alimentación
- 14.10. Creación de flujo: Diseño, implantación y mejora de los procesos productivos. Aplicación práctica
 - 14.10.1. Diseño para creación de flujo
 - 14.10.2. Implantación del flujo continuo
 - 14.10.3. Mejora de los procesos productivos

Módulo 15. Pull System: Implementación de un sistema de producción tirado por la demanda para controlar la producción y minimizar el inventario

- 15.1. *Pull System*. Fundamentos
 - 15.1.1. *Pull Flow System*: El cuarto principio del *Lean Thinking*
 - 15.1.2. Procesos *Push* vs. procesos *Pull*
 - 15.1.3. Estabilidad, flexibilidad, sincronización, concentración
- 15.2. Demanda
 - 15.2.1. Tipologías de demanda
 - 15.2.2. *Takt Time*, *Production Time*, *Lead Time*
 - 15.2.3. Contrato Producción + Logística
- 15.3. Flujos
 - 15.3.1. End – to - End: De proveedores a clientes
 - 15.3.2. Conexión Logística + Producción
 - 15.3.3. Rutas de abastecimiento
- 15.4. Máquinas, equipos y líneas
 - 15.4.1. Tren logístico
 - 15.4.2. Contenedores
 - 15.4.3. Estanterías
- 15.5. Materiales
 - 15.5.1. Almacenes
 - 15.5.2. Supermercados
 - 15.5.3. Borde de línea
- 15.6. Personas
 - 15.6.1. Los gestores del sistema *Pull Flow*
 - 15.6.2. Los operarios logísticos y de producción
 - 15.6.3. El *Mizusumashi* ("Water spider")
- 15.7. Información
 - 15.7.1. *Heijunka* (nivelación): Caja de nivelado + Caja Logística
 - 15.7.2. *Kanban*
 - 15.7.3. Conformador de lotes + Secuenciador

- 15.8. *Lean Pull Flow System*
 - 15.8.1. Equilibrado (balanceado)
 - 15.8.2. Secuenciado en línea
 - 15.8.3. Herramientas de soporte Lean: VSM, OEE, Standard Work, One-point-lesson, Andon
- 15.9. Ejemplos de aplicación del *Pull Flow System*
 - 15.9.1. Ejemplo de implantación en el sector automoción
 - 15.9.2. Ejemplo de aplicación en el sector metalúrgico
 - 15.9.3. Ejemplo de utilización en el sector alimentación
- 15.10. Sistema *Pull*: Diseño, implantación y mejora en los procesos productivos. Aplicación práctica
 - 15.10.1. Diseño de un sistema *Pull*
 - 15.10.2. Implantación del *Pull Flow System*
 - 15.10.3. Mejora de la información en los procesos productivos

Módulo 16. Gestión de la Calidad en *Lean*

- 16.1. La gestión de la calidad en *Lean Manufacturing*
 - 16.1.1. Calidad definida como satisfacción del cliente
 - 16.1.2. Calidad de producción: Regularidad y conformidad
 - 16.1.3. Especificaciones y costes de calidad
- 16.2. Medición de la calidad: Indicadores de calidad
 - 16.2.1. Definición de los indicadores
 - 16.2.2. Construcción de los indicadores
 - 16.2.3. Ejemplos de un cuadro de mando de calidad
- 16.3. Sistemas de calidad y visión de la calidad *Lean*
 - 16.3.1. Sistemas de calidad y normativas
 - 16.3.2. Compatibilización de ISO - TS con *Lean Manufacturing*
 - 16.3.3. Compatibilización de EFQM y *Lean Manufacturing*
- 16.4. Concepto de "*Genchi Genbutsu*" (*Gemba*) y gestión de la calidad. Relevancia
 - 16.4.1. Concepto de "*Genchi Genbutsu*" (*Gemba*)
 - 16.4.2. Aplicación del concepto en la práctica. Ejemplo en el sector de automoción
 - 16.4.3. Aplicación del concepto en la práctica. Ejemplo del sector de bienes de equipo

- 16.5. Estandarización y simplificación en la gestión de la calidad utilizando Standard Work
 - 16.5.1. Standard Work. Concepto y beneficios
 - 16.5.2. Aplicación de Standard Work en la industria
 - 16.5.3. Ejemplo de la aplicación de *Standard Work* en un proceso
- 16.6. La filosofía *Jidoka* para la detección temprana de problemas de calidad
 - 16.6.1. Detección de problemas de calidad en el origen
 - 16.6.2. Detención de la línea de producción
 - 16.6.3. Ejemplos de aplicación de la filosofía *Jidoka* en la industria
- 16.7. Andon como herramienta en la gestión de la calidad
 - 16.7.1. Definición, origen y beneficios de Andon
 - 16.7.2. Tipos de Andon y ejemplos
 - 16.7.3. Implementación del sistema Andon
- 16.8. *Poka - Yoke*. Técnica de calidad
 - 16.8.1. *Poka - Yoke*. Tipos y causas de errores que evitan
 - 16.8.2. Proceso de diseño de un *Poka - Yoke*
 - 16.8.3. Ejemplos de *Poka - Yoke*
- 16.9. Gestión visual
 - 16.9.1. Visualización de procesos
 - 16.9.2. Señalización visual
 - 16.9.3. Registros visuales
- 16.10. Gestión de la calidad lean e IoT y *Blockchain*
 - 16.10.1. Beneficios de combinar IoT y la gestión de la calidad en *Lean*
 - 16.10.1.1. Sensorización para monitoreo de procesos
 - 16.10.1.2. Sistemas de trazabilidad en tiempo real y análisis de datos para la gestión de la calidad
 - 16.10.2. Beneficios de combinar *Lean* y *Blockchain* en la gestión de la calidad
 - 16.10.2.1. Aplicación de contratos inteligentes para garantizar la calidad y el cumplimiento de normativas
 - 16.10.2.2. Diseño e implementación de una infraestructura de *Blockchain* segura y escalable para gestionar la calidad

Módulo 17. Mejora continua, Kaizen

- 17.1. La mejora continua y el Kaizen en *Lean Manufacturing*
 - 17.1.1. Mejora continua y Kaizen
 - 17.1.2. El ciclo PDCA/PDSA. Comparación de métodos de resolución de problemas
 - 17.1.3. Incentivación de la participación de toda la organización en el Kaizen
- 17.2. Implementación del ciclo PDCA/PDSA
 - 17.2.1. Plan
 - 17.2.2. Do
 - 17.2.3. Check/Study
 - 17.2.4. Act
 - 17.2.5. Ejemplos de aplicación
- 17.3. Implementación de 6M para identificar oportunidades de mejora
 - 17.3.1. Análisis del método
 - 17.3.2. Análisis de las máquinas
 - 17.3.3. Análisis de los materiales
 - 17.3.4. Análisis del sistema de medida
 - 17.3.5. Análisis del ambiente externo
 - 17.3.6. Análisis de los problemas generados por personas
- 17.4. Métodos estadísticos de control de procesos
 - 17.4.1. Control de procesos y métodos estadísticos en el control de procesos
 - 17.4.2. Estadística para el control de procesos
 - 17.4.3. Métodos estadísticos comunes en el control de procesos
- 17.5. Análisis de causas: Herramientas
 - 17.5.1. Diagrama de Ishikawa
 - 17.5.2. 5 porqués
 - 17.5.3. Otras técnicas para el análisis de causas
- 17.6. Aplicación de las 5 S en la mejora continua
 - 17.6.1. *Seiri* (Clasificación): Eliminación de elementos innecesarios
 - 17.6.2. *Seiton* (Orden): Organización del lugar de trabajo
 - 17.6.3. *Seiso* (Limpieza): Mantenimiento de un entorno de trabajo limpio y ordenado
 - 17.6.4. *Seiketsu* (Estandarización): Establecimiento de estándares y procedimientos
 - 17.6.5. *Shitsuke* (Disciplina): Mantenimiento de los estándares y la mejora continua

- 17.7. Mejora continua e LoT
 - 17.7.1. Recopilación de datos en tiempo real para el análisis del proceso
 - 17.7.2. Automatización de procesos para reducir la variabilidad y mejorar la calidad
 - 17.7.3. Mejora de la eficiencia y reducción de costos a través de la monitorización remota de procesos
- 17.8. Sostenimiento de la cultura Kaizen a largo plazo
 - 17.8.1. Compromiso a largo plazo de la alta dirección
 - 17.8.2. Integración de Kaizen como parte de la cultura de la empresa y no como algo adicional/accesorio
 - 17.8.3. Medición de los resultados e incentivos a largo plazo por las mejoras, adaptándolas al contexto organizativo
- 17.9. Ejemplos prácticos de la mejora continua en diferentes industrias
 - 17.9.1. Ejemplo en la industria del sector del automóvil
 - 17.9.2. Ejemplo en la industria de la alimentación
 - 17.9.3. Ejemplo en la industria proveedora de la construcción
- 17.10. Tendencias futuras en mejora continua
 - 17.10.1. Desarrollo de herramientas y plataformas digitales para la mejora continua
 - 17.10.2. Incorporación de nuevos enfoques de gestión de proyectos: Diseño centrado en el usuario y el desarrollo basado en la evidencia
 - 17.10.3. Incorporación de la inteligencia emocional en la mejora continua

Módulo 18. Evolución de la organización de la producción en un sistema *Lean*

- 18.1. La organización de la producción en un sistema *Lean*
 - 18.1.1. La organización de la producción. Conceptos claves
 - 18.1.2. Estructura y organización de la empresa
 - 18.1.3. Sistemas productivos y organización del trabajo
- 18.2. Diferencias organizativas entre un sistema de producción tradicional y un sistema *Lean*
 - 18.2.1. Tipos de estructura organizativa
 - 18.2.2. Diferencias organizativas entre un sistema tradicional y un sistema *Lean*
 - 18.2.3. Ventajas organizativas del sistema *Lean*
- 18.3. Concepto de "Células de trabajo" (*Work Cells*) y su impacto en la eficiencia y la mejora continua
 - 18.3.1. Ventajas de las "Células de trabajo"
 - 18.3.2. Estructura y Tipos de las "Células de Trabajo"
 - 18.3.3. Rutinas de gestión "Células de Trabajo" para impactar en la eficiencia y mejora continua

- 18.4. Implementación de "Grupos de mejora continua" (*Kaizen Teams*) para asegurar un enfoque en la mejora continua y la resolución de problemas
 - 18.4.1. Incorporación del Concepto *Kaizen Teams*
 - 18.4.2. Actividades y metodología
 - 18.4.3. Roles y responsabilidades del *Kaizen Teams*
- 18.5. Importancia de la "Autonomía y Responsabilidad" en la evolución hacia un sistema *Lean* y la mejora de la eficiencia y calidad
 - 18.5.1. Equipos de autogestionados y ágiles como clave en la evolución de la organización
 - 18.5.2. El desarrollo de las personas como valor añadido a la organización *Lean*
 - 18.5.3. Estructura para liderar la "Autonomía y responsabilidad" hacia un sistema *Lean*
- 18.6. Utilización del *Standard Work* para estandarizar procesos y fomentar la mejora continua
 - 18.6.1. *Standard Work*. Elementos clave
 - 18.6.2. Beneficios del *Standard Work* como objeto de la mejora continua
 - 18.6.3. Implementación del *Standard Work* en las organizaciones
- 18.7. Sistemas de promoción de la polivalencia y capacitación en las organizaciones *Lean*: La matriz de polivalencia
 - 18.7.1. Sistemas de promoción de la polivalencia y capacitación en las organizaciones *Lean*: La matriz de polivalencia
 - 18.7.2. Ventajas de un sistema de polivalencia
 - 18.7.3. Implementación del sistema de promoción de la polivalencia
- 18.8. Evolución de la organización de la producción a través de la eliminación de desperdicios y la mejora continua
 - 18.8.1. Análisis de actividades que no agregan valor como práctica base de *Lean*
 - 18.8.2. Estrategia para la eliminación/reducción de desperdicios
 - 18.8.3. Implementación de un modelo de eliminación/reducción de desperdicios
- 18.9. Implementación de Células de Trabajo y grupos de mejora continua en diferentes industrias. Ejemplos prácticos
 - 18.9.1. Implementación de Células de trabajo en el sector Automoción
 - 18.9.2. Implementación de Células de trabajo en el sector Textil
 - 18.9.3. Implementación de Células de trabajo en el sector Alimentación
- 18.10. Importancia de la evolución de la organización de la producción hacia un sistema *Lean*
 - 18.10.1. Aspectos principales en la evolución hacia un sistema *Lean*
 - 18.10.2. Mejora de la productividad y la organización de la producción
 - 18.10.3. Utilidad del sistema *Lean* para la evolución de la organización de la producción

Módulo 19. TPM (*Total Productive Maintenance*), OEE (*Overall Equipment Effectiveness*)

- 19.1. TPM. *Total Productive Maintenance*
 - 19.1.1. TPM. *Total Productive Maintenance*. Fundamentos
 - 19.1.2. Surgimiento, objetivos y beneficio
 - 19.1.3. Pilares de TPM
- 19.2. Mejora de la eficiencia de la máquina OEE: Técnicas de identificación y solución de problemas
 - 19.2.1. Identificación de los problemas de eficiencia
 - 19.2.2. Solución de los problemas de eficiencia
 - 19.2.3. Seguimiento de la eficiencia de la máquina
- 19.3. Técnicas de reducción de los tiempos de inactividad en el proceso productivo, planificación y programación del mantenimiento
 - 19.3.1. Planificación de la producción y mantenimiento
 - 19.3.2. Mantenimiento autónomo
 - 19.3.3. SMED
- 19.4. Gestión de mantenimiento de equipos y compras. criterios de decisión
 - 19.4.1. Necesidades y especificaciones técnicas
 - 19.4.2. Costes e inversión
 - 19.4.3. Evaluación del proveedor: Criterios
- 19.5. Mantenimiento preventivo. Prevención de los fallos en los equipos
 - 19.5.1. Instalación de los equipos: Criterios de mantenibilidad
 - 19.5.2. Mantenimiento preventivo
 - 19.5.3. Ejemplo de un plan de mantenimiento preventivo en el sector ferroviario
- 19.6. Mantenimiento predictivo: Predicción de los fallos en los equipos
 - 19.6.1. Mantenimiento predictivo
 - 19.6.2. Sensorización de los equipos
 - 19.6.3. Desarrollo de algoritmos con IA
- 19.7. Técnicas de mejora de la seguridad en el proceso productivo, identificación y eliminación de los peligros en el lugar de trabajo
 - 19.7.1. Identificación de peligros en el lugar de trabajo
 - 19.7.2. Evaluación de riesgos y medidas de protección
 - 19.7.3. Planes de emergencia

- 19.8. Guía para la implementación del TPM en la organización, planificación, formación e implementación de los sistemas de mantenimiento
 - 19.8.1. Los 14 pasos para la implantación de TPM
 - 19.8.2. Planificación de la implantación
 - 19.8.3. Formación y mantenimiento de TPM
- 19.9. Mejora de la eficiencia energética: cómo optimizar el uso de la energía y reducir los costos a través de la implementación de TPM
 - 19.9.1. Eficiencia energética de los equipos
 - 19.9.2. Medición del consumo y la eficiencia
 - 19.9.3. Identificación y eliminación de pérdidas energéticas y mejora
- 19.10. Ejemplos de implantación de TPM
 - 19.10.1. Ejemplo de aplicación en el sector ferroviario
 - 19.10.2. Ejemplos en el sector farmacéutico
 - 19.10.3. Ejemplo de aplicación en el sector

Módulo 20. Implementación Lean: Estrategias y mejores prácticas para implementar *Lean Manufacturing* en una organización

- 20.1. Implementación *Lean*. Inicio del proyecto
 - 20.1.1. Visión y razones del cambio
 - 20.1.2. Definición del marco de actuación y objetivos
 - 20.1.3. Selección del equipo inicial promotor del proyecto
 - 20.1.4. Definición del *Project Charter*
- 20.2. Análisis del estado actual de los procesos de la empresa: evaluación e identificación de áreas de mejora y oportunidades al implementar la filosofía *Lean*
 - 20.2.1. Identificación de los procesos clave
 - 20.2.2. Análisis del estado actual de la organización y los procesos
 - 20.2.3. Análisis técnico/cultura actual y los principales sistemas de gestión
- 20.3. Selección de un equipo de trabajo multidisciplinar para liderar el proyecto de implantación de la filosofía *Lean* en la empresa
 - 20.3.1. Identificación de las habilidades y competencias necesarias
 - 20.3.2. Selección de las personas
 - 20.3.3. Formación del equipo *Kaizen Teams*

- 20.4. Definición y establecimiento de objetivos claros y medibles para la implantación de la filosofía *Lean* en la empresa
 - 20.4.1. Definición de los indicadores
 - 20.4.2. Medición de los indicadores
 - 20.4.3. Definición de las metas a alcanzar en diferentes horizontes
- 20.5. Planificación y desarrollo del proyecto para implementar la filosofía *Lean* en la empresa. Asignación de recursos y plazos de ejecución
 - 20.5.1. Definición del alcance
 - 20.5.2. Definición de las acciones a desarrollar y los recursos necesarios
 - 20.5.3. Definición del calendario
- 20.6. Formación del equipo de trabajo: capacitación en la metodología *Lean* al equipo de trabajo seleccionado y otros empleados de la empresa
 - 20.6.1. Evaluación de los conocimientos/capacidades del equipo de implantación
 - 20.6.2. Diseño del plan de formación
 - 20.6.3. Desarrollo del plan de formación
- 20.7. Selección de los pilotos a desarrollar al inicio
 - 20.7.1. Criterios de selección de los alcances de los pilotos
 - 20.7.2. Criterios de selección de las personas a implicar que no pertenecen al equipo promotor
 - 20.7.3. Evaluación inicial antes de iniciar los pilotos
- 20.8. Desarrollo e implantación de los pilotos y *Quick Wins*
 - 20.8.1. Desarrollo de un plan detallado para implementar *Lean* en los procesos piloto seleccionados
 - 20.8.2. Implementación de *Quick Wins*. Identificación y ejecución *Quick Wins*: mejoras a Implementar a corto plazo en los procesos piloto
 - 20.8.3. Seguimiento continuo y ajuste de los pilotos para medir los resultados y realizar los ajustes necesarios
- 20.9. Establecimiento de indicadores de desempeño globales: Definición de indicadores y claves de desempeño (KPIs) para medir el éxito de la implantación de la filosofía *Lean*
 - 20.9.1. Definición de objetivos SMART a medio y largo plazo
 - 20.9.2. Definición de los indicadores clave a seguir
 - 20.9.3. Seguimiento y comunicación de los avances
- 20.10. Desarrollo del plan de extensión de la filosofía *Lean* al resto de la organización
 - 20.10.1. Identificación de los ámbitos de extensión: criterios
 - 20.10.2. Establecimiento del plan de extensión: Ritmo y recursos
 - 20.10.3. Implantación del proyecto, seguimiento y comunicación





“

*Un temario completo y actual configurado
como una herramienta de alta
capacitación de excepcional calidad”*

04

Objetivos docentes

El principal objetivo de este programa universitario de TECH es proporcionar a los alumnos conocimientos avanzados sobre la gestión y optimización de procesos productivos, preparándolos para liderar con éxito en entornos industriales altamente competitivos. Así, los egresados serán capaces de implementar estrategias innovadoras, gestionar recursos de manera eficiente y dirigir equipos multidisciplinarios, adquiriendo una visión integral de la producción y su impacto en el crecimiento empresarial.





Diseñarás estrategias que reduzcan el impacto ambiental y optimicen los recursos, alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible”



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar habilidades para gestionar eficientemente los procesos de producción en diversos sectores
- ♦ Aplicar estrategias de optimización de recursos para aumentar la eficiencia en la producción
- ♦ Gestionar la planificación y programación de la producción para cumplir con los plazos establecidos
- ♦ Implementar metodologías ágiles en la gestión de proyectos de producción
- ♦ Desarrollar competencias en la gestión de calidad para garantizar productos y procesos óptimos
- ♦ Aplicar herramientas de control de inventarios y gestión de la cadena de suministro
- ♦ Gestionar el presupuesto de producción para optimizar los costos y maximizar la rentabilidad
- ♦ Desarrollar e implementar soluciones tecnológicas para mejorar la automatización en la producción
- ♦ Fomentar la innovación en los procesos productivos para mantener la competitividad
- ♦ Gestionar equipos de trabajo en el área de producción, promoviendo la eficiencia y motivación
- ♦ Aplicar técnicas de análisis de datos para la toma de decisiones en la producción
- ♦ Establecer políticas de seguridad laboral en el ámbito de la producción industrial
- ♦ Desarrollar estrategias de sostenibilidad en los procesos de producción para minimizar el impacto ambiental
- ♦ Gestionar la logística interna de producción para optimizar los tiempos y reducir costos
- ♦ Implementar estrategias de mejora continua para garantizar el crecimiento en la productividad
- ♦ Gestionar el mantenimiento de equipos y maquinaria para maximizar su vida útil y rendimiento
- ♦ Desarrollar planes de contingencia para mitigar riesgos en los procesos de producción
- ♦ Aplicar técnicas de evaluación del desempeño en los procesos productivos para mejorar la calidad
- ♦ Gestionar la transición hacia la digitalización de los procesos productivos en la empresa
- ♦ Fomentar la colaboración entre departamentos para optimizar la cadena de valor en la producción



Objetivos específicos

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

- ♦ Aplicar principios de liderazgo ético en la gestión de empresas
- ♦ Desarrollar estrategias de Responsabilidad Social Corporativa en industrias creativas

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

- ♦ Desarrollar capacidades para diseñar, formular e implementar estrategias corporativas alineadas con la visión y objetivos de la organización
- ♦ Aplicar herramientas de dirección estratégica y *management* para impulsar la competitividad, sostenibilidad y crecimiento empresarial

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Implementar estrategias de gestión del talento y liderazgo en industrias creativas
- ♦ Desarrollar habilidades de negociación y resolución de conflictos en equipos de trabajo

Módulo 4. Dirección económico-financiera

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

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- ♦ Desarrollar habilidades para dirigir y optimizar operaciones, producción, inventarios y logística en entornos organizacionales complejos
- ♦ Aplicar enfoques integrales de gestión de la cadena de suministro para mejorar la eficiencia, calidad y competitividad empresarial

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- ♦ Administrar sistemas de información que optimicen los procesos operacionales y estratégicos de la organización
- ♦ Utilizar sistemas de información para facilitar la toma de decisiones empresariales informadas y basadas en datos, mejorando la eficiencia organizacional

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- ♦ Proporcionar las herramientas necesarias para desarrollar e implementar estrategias comerciales efectivas que optimicen la rentabilidad de la empresa
- ♦ Capacitar en la creación de planes de marketing a largo plazo alineados con los objetivos corporativos, analizando el entorno y las necesidades del mercado

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- ♦ Capacitar para analizar tendencias del mercado, segmentación de consumidores y competidores, para apoyar la toma de decisiones comerciales estratégicas
- ♦ Diseñar y ejecutar campañas publicitarias efectivas que mejoren la visibilidad de la marca y el posicionamiento en el mercado

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- ♦ Capacitar en la creación y gestión de procesos innovadores que promuevan la competitividad y sostenibilidad organizacional
- ♦ Aplicar enfoques ágiles, como Scrum y Lean, en la gestión de proyectos, promoviendo la flexibilidad y eficiencia en la entrega de resultados

Módulo 10. Management Directivo

- ♦ Tomar decisiones basadas en análisis de datos y evaluación de riesgos, considerando tanto el corto como el largo plazo para el beneficio de la organización
- ♦ Desarrollar una comprensión amplia de las dinámicas empresariales globales y enseñar a aplicar estrategias directivas que aseguren la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la organización

Módulo 11. Lean Manufacturing. Principios y Contexto

- ♦ Comprender los principios fundamentales de *Lean Manufacturing* y su origen en el Sistema de Producción Toyota
- ♦ Analizar el contexto y la evolución de *Lean Manufacturing* en diferentes sectores industriales y organizacionales

Módulo 12. Valor y Desperdicio (Muda): Identificación y eliminación de actividades que no agregan Valor

- ♦ Identificar los siete tipos de desperdicio en los procesos productivos y su impacto en la eficiencia
- ♦ Aplique técnicas para eliminar desperdicios y aumentar el valor en cada etapa del proceso de producción

Módulo 13. Mapeo del flujo de valor: Análisis y mapeo del flujo de materiales, información y actividades en un proceso. Optimización de flujos

- ♦ Desarrollar habilidades para crear mapas del flujo de valor y analizarlos en busca de mejoras
- ♦ Optimizar flujos de materiales, información y actividades para reducir tiempos y aumentar la eficiencia

Módulo 14. Flujo Continuo: Diseño de Procesos para un flujo de trabajo fluido y continuo

- ♦ Diseñar procesos de producción que permitan un flujo continuo, minimizando los tiempos de espera y la variabilidad
- ♦ Implementar soluciones para mantener la continuidad de flujo en las operaciones, mejorando la eficiencia

Módulo 15. Pull System: Implementación de un sistema de producción tirado por la demanda para controlar la producción y minimizar el inventario

- ♦ Comprender el funcionamiento de un sistema *pull* y su capacidad para ajustar la producción a la demanda real
- ♦ Implementar un sistema *pull* en una organización para optimizar el control de inventarios y reducir los costos operativos

Módulo 16. Gestión de la calidad en Lean

- ♦ Aplicar los principios Lean para mejorar la calidad y reducir defectos en los productos y procesos
- ♦ Integrar las herramientas de gestión de la calidad dentro de la metodología Lean para lograr una mejora continua

Módulo 17. Mejora continua, Kaizen

- ♦ Entender el concepto de Kaizen y cómo aplicarlo en el contexto de Lean *Manufacturing* para generar mejoras sostenibles
- ♦ Fomentar una cultura organizacional orientada a la mejora continua y la participación de todos los niveles en el proceso

Módulo 18. Evolución de la organización de la producción en un sistema Lean

- ♦ Analizar cómo transformar una organización tradicional a un sistema de producción Lean para mejorar su competitividad
- ♦ Diseñar la evolución organizacional necesaria para implementar Lean y alinear a todos los departamentos con esta filosofía

Módulo 19. TPM (Total Productive Maintenance), OEE (Overall Equipment Effectiveness)

- ♦ Implementar el concepto de TPM para maximizar la disponibilidad y el rendimiento de los equipos
- ♦ Medir y analizar la eficacia general del equipo para mejorar la eficiencia operativa en la producción

Módulo 20. Implementación Lean: Estrategias y mejores prácticas para implementar Lean Manufacturing en una organización

- ♦ Desarrollar estrategias de implementación de Lean Manufacturing adaptadas a las características específicas de cada organización
- ♦ Identificar y aplicar las mejores prácticas en la implementación de Lean para garantizar el éxito y la sostenibilidad del cambio



Capacitarte online con TECH asegura una experiencia académica moderna y accesible que potenciará tu futuro profesional en la Dirección de Producción”

05

Salidas profesionales

Al finalizar este Grand Master MBA, los profesionales tendrán una comprensión avanzada de las estrategias de gestión y optimización en procesos productivos. De este modo, podrán implementar sistemas eficientes que impulsen la productividad y reduzcan costos, integrando innovación y sostenibilidad. Esto les permitirá asumir roles de liderazgo en dirección de producción, fortaleciendo su perfil profesional en un entorno empresarial competitivo y globalizado.



“

Supervisarás sistemas de control que aseguren la planificación y el seguimiento en tiempo real de los procesos productivos”

Perfil del egresado

El egresado de esta titulación universitaria es un profesional altamente capacitado para liderar procesos productivos en entornos empresariales dinámicos. Asimismo, posee un profundo conocimiento en estrategias de optimización, metodologías Lean y herramientas digitales avanzadas, esenciales para garantizar la eficiencia y sostenibilidad en la producción. Además, está preparado para gestionar equipos, implementar soluciones innovadoras y coordinar proyectos complejos, contribuyendo al crecimiento competitivo y global de las organizaciones.

Gestionarás de manera integral la Cadena de Suministro, desde la obtención de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente.

- ♦ **Liderazgo Estratégico:** los profesionales adquieren la capacidad de liderar equipos de producción con visión estratégica, motivando a los colaboradores y alineando sus esfuerzos con los objetivos organizacionales
- ♦ **Gestión de Recursos:** habilidad para optimizar el uso de recursos humanos, materiales y financieros en los procesos productivos, asegurando eficiencia y sostenibilidad
- ♦ **Toma de Decisiones Basada en Datos:** desarrollan la capacidad de analizar datos relevantes para tomar decisiones informadas y estratégicas que impacten positivamente en la producción y los resultados empresariales
- ♦ **Competencia en Innovación:** aptitud para identificar oportunidades de mejora continua e implementar soluciones innovadoras en procesos de producción y modelos operativos





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

- 1. Director de Producción:** coordinador y supervisor de las operaciones de producción para garantizar la eficiencia y calidad en los procesos industriales.
- 2. Gerente de Operaciones:** responsable de optimizar los recursos de la empresa, asegurando la correcta ejecución de procesos productivos y logísticos.
- 3. Consultor en Gestión de Producción:** asesor en empresas sobre estrategias y metodologías para mejorar la productividad y la eficiencia en sus operaciones.
- 4. Jefe de Planta Industrial:** gestor de los recursos humanos y técnicos de una planta, garantizando el cumplimiento de los objetivos de producción y estándares de calidad.
- 5. Especialista en Control de Producción:** diseñador y supervisor de sistemas de control que aseguren la planificación y seguimiento de los procesos productivos.
- 6. Coordinador de Lean *Manufacturing*:** encargado de implementar técnicas de mejora continua para reducir desperdicios, optimizar recursos y aumentar la competitividad en los procesos productivos.
- 7. Director de Cadena de Suministro:** encargado de gestionar de manera integral la cadena de suministro, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente.
- 8. Responsable de Innovación en Producción:** investigador de nuevas tecnologías y procesos para modernizar y optimizar la producción industrial.
- 9. Gestor de Proyectos de Producción:** director de proyectos relacionados con la planificación, ejecución y control de actividades productivas para cumplir con los objetivos empresariales.
- 10. Analista de Procesos Productivos:** encargado de evaluar y mejorar los procesos de producción mediante el análisis de datos y la implementación de soluciones estratégicas.

06

Metodología de estudio

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

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



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

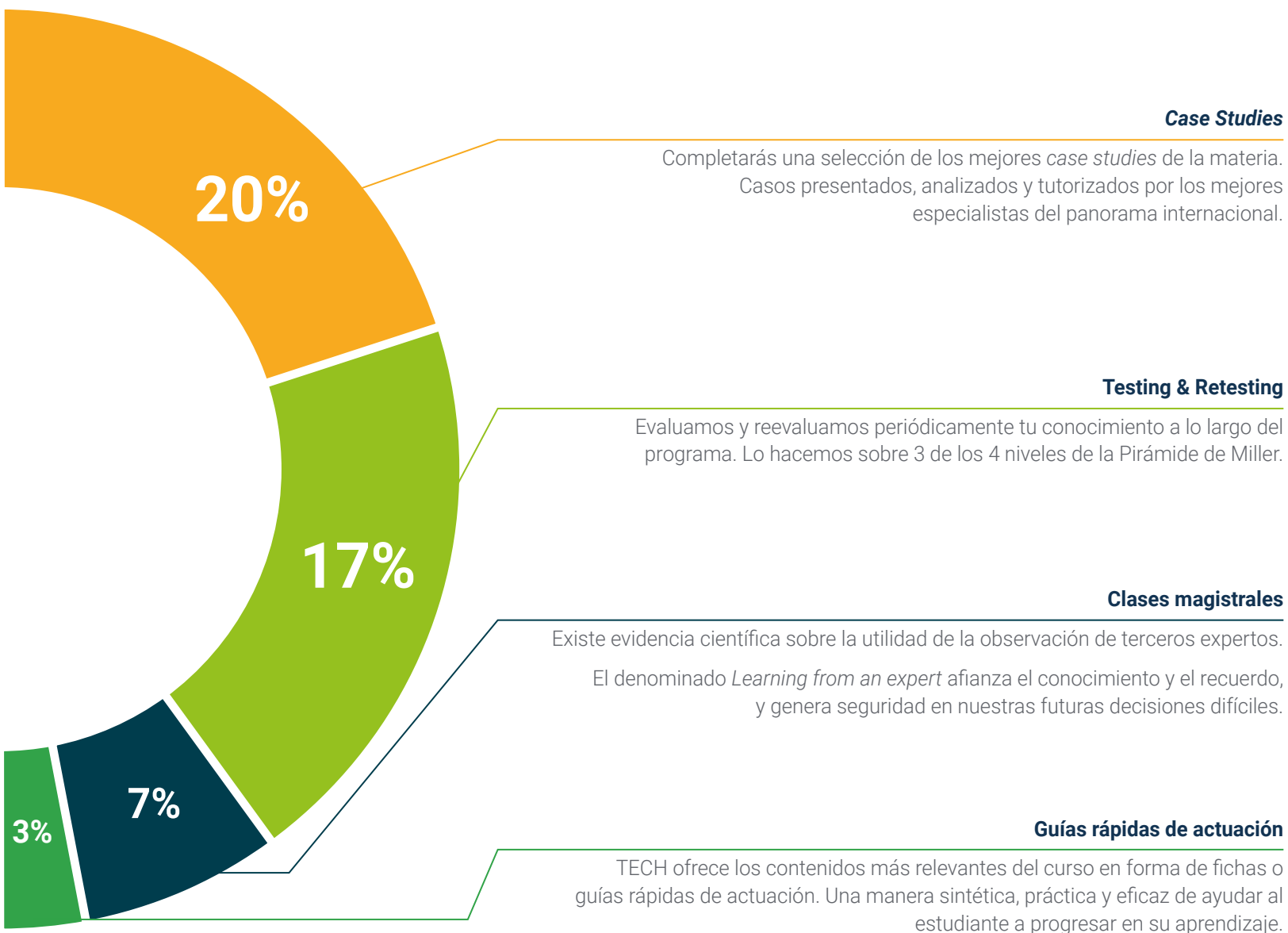
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Case Studies

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



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

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



Guías rápidas de actuación

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



07

Cuadro docente

La prioridad de TECH se basa en poner a disposición de cualquier persona las titulaciones universitarias más completas y actualizadas del panorama académico. Para conseguirlo, lleva a cabo un riguroso proceso para constituir sus respectivos claustros docentes. Gracias a esto, el presente Grand Master MBA cuenta con la participación de auténticas referencias en el ámbito de la Dirección de Producción. Dichos profesionales han desarrollado un amplio abanico de materiales didácticos que destacan tanto por su calidad como por su aplicabilidad a las demandas actuales del mercado laboral.



“

*Contarás con el respaldo del equipo docente,
integrado por auténticas referencias en el
ámbito de la Dirección de Producción”*

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

“

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

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 Copenhagen
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhagen



¡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



D. Jover Miravittles, Luis

- ♦ Presidente y Socio Fundador Grupo Quarck, S.L. Founding Partner
- ♦ Senior Partner en LOGIXS
- ♦ Vicepresidente de €-Corp. S.L
- ♦ IQS Executive Education Director
- ♦ Profesor Asociado en IE Business School
- ♦ Coordinador del Máster en Dirección Integral de Negocios de la Universidad Iberoamericana de Ciudad de México
- ♦ Asesor de la patronal Cecot
- ♦ Ingeniero Químico en el Instituto Químico de Sarria (IQS)
- ♦ Máster in Business Administration MBA IESE
- ♦ Miembro del comité organizador de Hispack

Docentes

Dña. Díaz Pizarro, Cristina

- ♦ Subdirectora de Oficina en el Banco Santander
- ♦ Doble Grado en Administración en Dirección de Empresas y Turismo por la Universidad de Extremadura
- ♦ Certificación MIFID II en Asesoramiento Financiero
- ♦ Especialista en Neuromarketing por la INEAF Business School
- ♦ Experta en Marketing Digital por la IAB Spain

D. Pedrera Rosado, Alejandro

- ♦ Cofundador y Director Legal de Hesperian Wares LLC
- ♦ Representante de Partnerships en Factorial
- ♦ Experto en Digitalización del Derecho
- ♦ Máster de Acceso a la Abogacía por la Universidad de Extremadura
- ♦ Graduado en Derecho por la Universidad de Extremadura

D. Galindo García, Carlos Agustín

- ♦ Consultor Especializado en Prevención de Riesgos Laborales y Lean Manufacturing
- ♦ Coordinador de QEHS en ALGECO Construcciones Modulares S.L.U.
- ♦ Jefe de Servicios 360º en ALGECO Construcciones Modulares S.L.U.
- ♦ Máster en Medio Ambiente y Calidad por la Universidad Camilo José Cela
- ♦ Máster en Prevención de Riesgos Laborales con especialidad en Higiene por la Fundación Universidad Empresa de la Región de Murcia
- ♦ Máster en Prevención de Riesgos Laborales con especialidades en Seguridad y Ergonomía por la Fundación Universidad Empresa de la Región de Murcia
- ♦ Licenciado en Pedagogía por la Universidad de Murcia

D. Núñez Mejías, José María

- ♦ Jefe de redacción y Guionista de artículos en Derecho Virtual
- ♦ Máster en Abogacía por Universidad de Cáceres
- ♦ Graduado en Derecho por la Universidad de Cáceres

D. Ribote García, Sergio

- ♦ Especialista en Calidad y Lean Manufacturing
- ♦ Técnico de Calidad ISO 9001 en Smurfit Kappa
- ♦ Gestor de Equipos de Trabajo y Liderazgo por la Escuela Visión y Valor
- ♦ Máster en Lean Manufacturing por la Universidad de Burgos
- ♦ Máster en Community Management por la Universidad Nacional de Educación a Distancia
- ♦ Técnico Superior de Telecomunicaciones y Sistemas Informáticos por el Centro San José Artesano

D. Panaggio, Marcos Andrés

- ♦ Operations Manager Independiente y Académico
- ♦ Gerente de Operaciones y Gerente de Sucursal en Transportes Malvinas
- ♦ Gerente de Operaciones en Supertrans
- ♦ Gerente Corporativo de Excelencia Operacional en InterCement – Camargo Corrêa
- ♦ Máster en Educación y Desarrollo Digital Pedagógico por el Instituto Europeo de Posgrado
- ♦ Máster Logistic and Supply Chain Management por la Universitat de Barcelona
- ♦ Diploma de Analista Técnico Financiero y Bursátil por la Universidad Tecnológica Nacional
- ♦ Diploma del Programa de Desarrollo para el Liderazgo de la Universidad de San Andrés
- ♦ Ingeniero mecánico por la Universidad Nacional de Mar del Plata
- ♦ Maestro Mayor de Obras por la Escuela Nacional de Educación Técnica

D. Moleiro Naval, Pablo

- ♦ Director Alstom Lean Manufacturing Academy en Alstom Transport
- ♦ Consultor en Mejora Continua y Gestión e Industrialización de proyectos
- ♦ Máster en Ingeniería y Gestión de Telecomunicaciones por la Escuela Politécnica Superior de Castelldefels
- ♦ Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Escuela Politécnica Superior de Castelldefels

D. Corvillo Díaz, Rafael

- ♦ Abogado en CORVILLO ABOGADOS, S.L.P.
- ♦ Creador de la herramienta Ius Pro-Health®
- ♦ Graduado en Derecho por la Universidad de Extremadura
- ♦ Máster Universitario en Derecho Sanitario por la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Mediador Civil y Mercantil por la UEX

08

Titulación

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

Aval/Membresía



Título: **Grand Master MBA en Dirección de Producción**

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
MBA en Dirección
de Producción

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

Grand Master

MBA en Dirección de Producción

Aval/Membresía

A background image showing a person's hand pointing at a document with charts and graphs on a desk. A laptop and a smartphone are also visible on the desk. The image is partially obscured by a large diagonal white and blue graphic element.

tech
universidad