Grand Master

MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

TECH es miembro de:

Grand Master
MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

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

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-mba-recursos-humanos-experto-reclutamiento**

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. 42

06 Metodología de estudio — pág. 46

07 Cuadro docente — pág. 56

08 Titulación — pág. 76

01

Presentación del programa

La gestión de Recursos Humanos ha experimentado una profunda transformación durante los últimos años impulsada por la digitalización y la globalización. Dentro de este contexto, el Experto en Reclutamiento se posiciona como un actor clave para atraer y seleccionar el talento adecuado que impulse la competitividad organizacional. Frente a esto, es vital que los expertos dominen la integración de tecnologías avanzadas con la Inteligencia Artificial para obtener una mayor eficiencia y precisión en la identificación de candidatos. Con esta idea en mente, TECH ha creado una pionera titulación universitaria online centrada en las últimas innovaciones en los procesos de Reclutamiento.

Con este Grand Master 100% online, gestionarás el ciclo completo de Recursos Humanos y garantizarás que los procesos estén alineados con los objetivos organizacionales"

En la actualidad, la gestión del talento se ha convertido en un factor decisivo para el éxito organizacional, y el proceso de reclutamiento juega un papel crucial en esta gestión. La especialización en reclutamiento dentro de los Recursos Humanos no solo permite identificar a los candidatos adecuados, sino también optimizar los métodos de selección y crear una experiencia positiva para los postulantes. Por ello, los profesionales necesitan desarrollar competencias avanzadas que van desde la aplicación de tecnologías avanzadas en la selección hasta la gestión de la marca empleadora.

En este contexto, TECH lanza un revolucionario Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento. Confeccionado por referentes en este sector, el itinerario académico profundizará en cuestiones que abarcan desde las dinámicas del comportamiento organizacional o la transformación digital de los Recursos Humanos hasta el diseño de programas de diversidad e igualdad. De esta manera, los egresados desarrollarán las competencias necesarias para gestionar de manera estratégica el reclutamiento y la integración de talento en organizaciones modernas, utilizando herramientas digitales y enfoques innovadores para optimizar cada fase del proceso de selección.

Para afianzar tales contenidos didácticos, los profesionales cuentan con una metodología disruptiva: el *Relearning*. Este sistema impulsado por TECH promueve la asimilación gradual de los conceptos más complejos mediante la reiteración, a la par que minimiza la inversión de tiempo y esfuerzo en tener que memorizarlos. También, el programa se desarrolla de manera 100% online, otra significativa ventaja que proporciona autonomía a los egresados, permitiéndoles organizar su ritmo de aprendizaje en dependencia de sus demás obligaciones. Asimismo, el plan de estudios incluye unas exhaustivas *Masterclasses* a cargo de un reconocido Director Invitado Internacional.

Además, este programa universitario ofrece exclusivas y vanguardistas *Masterclasses* impartidas por reconocidos Directores Invitados Internacionales. Estas sesiones, diseñadas para brindar una perspectiva global y actualizada, permitirán al alumnado instruirse de la mano de expertos de prestigio, quienes compartirán sus conocimientos, estrategias y experiencias en el ámbito profesional.

Este **Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento
- 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 Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento
- 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

"Prestigiosos Directores Invitados Internacionales impartirán unas rigurosas Masterclasses para ahondar en las tendencias más recientes en Recursos Humanos y procesos de Reclutamiento"

Adquirirás una comprensión integral sobre las normativas laborales y de protección de datos relacionadas con los procesos de selección"

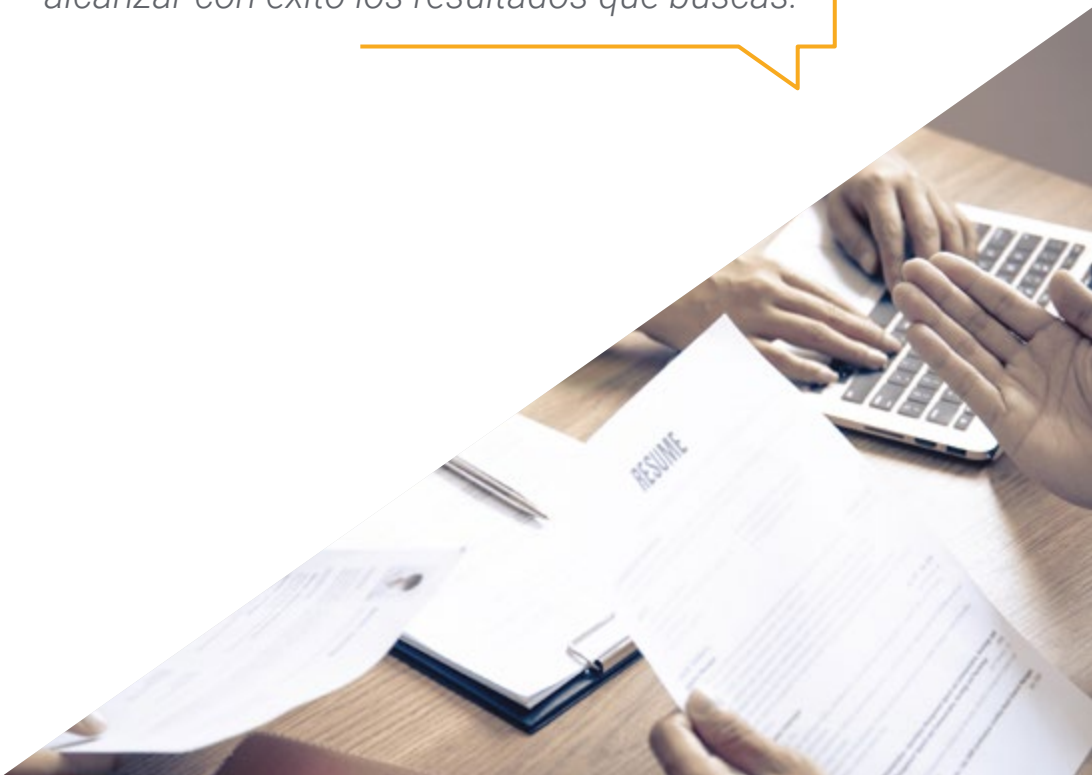
Contarás con el mejor cuadro docente y los materiales didácticos más avanzados, de modo que todo el proceso de aprendizaje sea rápido.

Gracias a la revolucionaria metodología Relearning, integrarás todos los conocimientos de forma óptima para alcanzar con éxito los resultados que buscas.

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

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

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



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».

El mejor claustro docente top internacional

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

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.

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.

Un método de aprendizaje único

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

La 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 2023

NBA
Universidad online oficial de la **NBA**

4.9/5
★★★★★
★ global score

99%
Garantía de máxima empleabilidad

Google Partner Premier

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

La universidad mejor valorada por sus alumnos

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

03

Plan de estudios

Los contenidos didácticos que forman parte de esta titulación universitaria proporcionarán a los expertos un conocimiento integral sobre los fundamentos de los Recursos Humanos y Reclutamiento. El itinerario académico profundizará en áreas que abarcan desde la dirección económico-financiera o administración de proyectos hasta las dinámicas de comportamiento organizacional. Así pues, los alumnos desarrollarán competencias avanzadas para mejorar los procesos de atracción, selección y contratación de personal.

Serás capaz de negociar condiciones laborales, paquetes de compensación y resolver conflictos de manera efectiva"

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
- 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
- 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.10. Implementación de la Estrategia
- 2.10.1. Sistemas de Indicadores y Enfoque por Procesos
- 2.10.2. Mapa Estratégico
- 2.10.3. Alineamiento Estratégico

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

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

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

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

3.2. Las personas en las organizaciones
- 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
- 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 3.2.3. Coaching y gestión de equipos
- 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad

3.3. Dirección Estratégica de personas
- 3.3.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 3.3.2. Dirección estratégica de personas

3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada
- 3.4.1. La importancia de RR.HH
- 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
- 3.4.3. Dirección estratégica de RR.HH

3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR.HH
- 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
- 3.5.2. El reclutamiento
- 3.5.3. El proceso de selección

3.6. Gestión de recursos humanos por competencias
- 3.6.1. Análisis del potencial
- 3.6.2. Política de retribución
- 3.6.3. Planes de carrera/sucesión

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

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

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

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

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

3.12. *Employer Branding*
- 3.12.1. *Employer branding* en Recursos Humanos
- 3.12.2. Personal Branding para profesionales de Recursos Humanos

3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño
- 3.13.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 3.13.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

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

3.15. Gestión del tiempo
- 3.15.1. Beneficios
- 3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?
- 3.15.3. Tiempo
- 3.15.4. Las ilusiones del tiempo

3.15.5. Atención y memoria
3.15.6. Estado mental
3.15.7. Gestión del tiempo
3.15.8. Proactividad
3.15.9. Tener claro el objetivo
3.15.10. Orden
3.15.11. Planificación

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

3.17. Negociación y gestión de conflictos
3.17.1. Negociación
3.17.2. Gestión de Conflictos
3.17.3. Gestión de Crisis

3.18. Comunicación directiva
3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
3.18.2. Departamentos de Comunicación
3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL
3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos
3.19.2. Prevención de riesgos laborales

3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento
3.20.1. La productividad
3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento

3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria
3.21.1. Compensación monetaria vs. no monetaria
3.21.2. Modelos de bandas salariales
3.21.3. Modelos de compensación no monetaria
3.21.4. Modelo de trabajo
3.21.5. Comunidad corporativa
3.21.6. Imagen de la empresa
3.21.7. Salario emocional

3.22. Innovación en gestión del talento y las personas
3.22.1. Innovación en las organizaciones
3.22.2. Nuevos retos del departamento de Recursos Humanos
3.22.3. Gestión de la innovación
3.22.4. Herramientas para la innovación

3.23. Gestión del conocimiento y del talento
3.23.1. Gestión del conocimiento y del talento
3.23.2. Implementación de la gestión del conocimiento

3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital
3.24.1. El contexto socioeconómico
3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial
3.24.3. Nuevas metodologías

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno Económico
4.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
4.1.2. Instituciones financieras
4.1.3. Mercados financieros
4.1.4. Activos financieros
4.1.5. Otros entes del sector financiero

4.2. La financiación de la empresa
4.2.1. Fuentes de financiación
4.2.2. Tipos de costes de financiación

4.3. Contabilidad Directiva
4.3.1. Conceptos básicos
4.3.2. El Activo de la empresa
4.3.3. El Pasivo de la empresa
4.3.4. El Patrimonio Neto de la empresa
4.3.5. La Cuenta de Resultados

4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes
4.4.1. Elementos del cálculo de costes
4.4.2. El gasto en contabilidad general y en contabilidad de costes
4.4.3. Clasificación de los costes

4.5. Sistemas de información y Business Intelligence
- 4.5.1. Fundamentos y clasificación
- 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto

4.6. Presupuesto y Control de Gestión
- 4.6.1. El modelo presupuestario
- 4.6.2. El Presupuesto de Capital
- 4.6.3. La Presupuesto de Explotación
- 4.6.4. El Presupuesto de Tesorería
- 4.6.5. Seguimiento del Presupuesto

4.7. Gestión de tesorería
- 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
- 4.7.2. Cálculo de Necesidades Operativas de Fondos
- 4.7.3. *Credit management*

4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas
- 4.8.1. Conceptos tributarios básicos
- 4.8.2. El impuesto de sociedades
- 4.8.3. El impuesto sobre el valor añadido
- 4.8.4. Otros impuestos relacionados con la actividad mercantil
- 4.8.5. La empresa como facilitador de la labor del Estado

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

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

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

4.12. Estrategia Financiera Corporativa
- 4.12.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 4.21.2. Productos financieros de financiación empresarial

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

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

4.15. Mercados monetarios y de capitales
- 4.15.1. El Mercado Monetario
- 4.15.2. El Mercado de Renta Fija
- 4.15.3. El Mercado de Renta Variable
- 4.15.4. El Mercado de Divisas
- 4.15.5. El Mercado de Derivados

4.16. Análisis y planificación financiera
- 4.16.1. Análisis del Balance de Situación
- 4.16.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 4.16.3. Análisis de la Rentabilidad

4.17. Análisis y resolución de casos/problemas
- 4.17.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

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

5.2. Organización industrial y logística
- 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
- 5.2.2. Departamento de Logística

5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO, etc.)
- 5.3.1. Sistema de producción
- 5.3.2. Estrategia de producción
- 5.3.3. Sistema de gestión de inventario
- 5.3.4. Indicadores de producción

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

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

5.6. Control de las operaciones de almacén
- 5.6.1. Control de inventario
- 5.6.2. Sistema de ubicación
- 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
- 5.6.4. Sistema de almacenamiento

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

5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)
- 5.8.1. Cadena de suministro
- 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena suministro
- 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro

5.9. *Supply Chain management*
- 5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)
- 5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 5.9.3. Patrones de Demanda
- 5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio

5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
- 5.10.1. Interacción de la cadena de suministro
- 5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes
- 5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro
- 5.10.4. Cadena de suministro 4.0

5.11. Costes de la logística
- 5.11.1. Costes logísticos
- 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
- 5.11.3. Optimización de costes logísticos

5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS
- 5.12.1. Cadena logística
- 5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
- 5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística

5.13. Gestión de procesos
- 5.13.1. La gestión de procesos
- 5.13.2. Enfoque basado en procesos: mapa de procesos
- 5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos

5.14. Distribución y logística de transportes
- 5.14.1. Distribución en la cadena de suministro
- 5.14.2. Logística de Transportes
- 5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la Logística

5.15. Logística y clientes
- 5.15.1. Análisis de Demanda
- 5.15.2. Previsión de Demanda y Ventas
- 5.15.3. Planificación de Ventas y Operaciones
- 5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)

5.16. Logística internacional
- 5.16.1. Procesos de exportación e importación
- 5.16.2. Aduanas
- 5.16.3. Formas y Medios de Pago Internacionales
- 5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.17. *Outsourcing* de operaciones
- 5.17.1. Gestión de operaciones y Outsourcing
- 5.17.2. Implantación del *outsourcing* en entornos logísticos

5.18. Competitividad en operaciones
- 5.18.1. Gestión de Operaciones
- 5.18.2. Competitividad operacional
- 5.18.3. Estrategia de Operaciones y ventajas competitivas

5.19. Gestión de la calidad
- 5.19.1. Cliente interno y cliente externo
- 5.19.2. Los costes de calidad
- 5.19.3. La mejora continua y la filosofía de *Deming*

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

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

6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
- 6.2.1. Evolución del modelo de IT
- 6.2.2. Organización y departamento IT
- 6.2.3. Tecnologías de las información y entorno económico

6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
- 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
- 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
- 6.3.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital

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

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

6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
- 6.6.1. *Business intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC o Cuadro de mando Integral

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

6.8. *Business Intelligence* empresarial
- 6.8.1. El mundo del dato
- 6.8.2. Conceptos relevantes
- 6.8.3. Principales características
- 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
- 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
- 6.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science

6.9. Nuevo concepto empresarial
- 6.9.1. ¿Por qué BI?
- 6.9.2. Obtención de la información
- 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
- 6.9.4. Razones para invertir en BI

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

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

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

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

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

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

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

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

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

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

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

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

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

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

7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
- 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hipersegmentación

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

7.10. Plan de marketing online
- 7.10.1. ¿Qué es una un plan de Marketing Online?
- 7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing Online
- 7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing Online

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

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

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

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

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

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

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

8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
- 8.2.1. Tamaño muestral
- 8.2.2. Muestreo
- 8.2.3. Tipos de Técnicas Cuantitativas

8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
- 8.3.1. Tipos de Investigación Cualitativa
- 8.3.2. Técnicas de Investigación Cualitativa

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

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

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

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

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

8.9. Desarrollo del plan de Marketing
- 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
- 8.9.2. Análisis y Diagnostico de la Situación
- 8.9.3. Decisiones Estratégicas de Marketing
- 8.9.4. Decisiones Operativas de Marketing

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

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

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

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

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

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

9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación
- 9.6.1. Concepto de Gestión del Cambio
- 9.6.2. El Proceso de Gestión del Cambio
- 9.6.3. La implementación del cambio

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

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

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

9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos
- 9.10.1. Planificar riesgos
- 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

Módulo 10. Management Directivo

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

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

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

10.4. Oratoria y formación de portavoces
- 10.4.1. Comunicación interpersonal
- 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 10.4.3. Barreras en la comunicación

10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
- 10.5.1. La comunicación interpersonal
- 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 10.5.3. La comunicación en la organización
- 10.5.4. Herramientas en la organización

10.6. Comunicación en situaciones de crisis
- 10.6.1. Crisis
- 10.6.2. Fases de la crisis
- 10.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

10.7. Preparación de un plan de crisis
- 10.7.1. Análisis de posibles problemas
- 10.7.2. Planificación
- 10.7.3. Adecuación del personal

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

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

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

Módulo 11. Dirección estratégica de RR.HH

11.1. Evolución de los RR.HH. Una visión integrada
11.2. Pensamiento estratégico y sistema
11.3. Planificación y gestión de proyectos del departamento de RR.HH
11.4. Diseño organizativo estratégico
11.5. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
11.6. Liderazgo estratégico
11.7. Auditoría y control de la función de RR.HH

Módulo 12. Proceso de gestión y administración de RR.HH

12.1. Contratación laboral
12.2. Intermediación laboral
12.3. Relaciones laborales y tecnologías de la información
12.4. Despidos y reestructuración de plantillas
12.5. Negociación colectiva
12.6. Incapacidad laboral y salud
12.7. Salud y calidad laboral

Módulo 13. Comportamiento organizacional

13.1. Cultura organizacional
13.2. Estructura de la organización
13.3. Dirección de la organización
13.4. Comportamiento y cambios organizativos
13.5. Poder y política
13.6. Organización del Departamento de RR.HH
13.7. Las personas en las organizaciones
13.8. Gestión del conocimiento

Módulo 14. Executive *coaching*

14.1. *Neuromanagement*
14.2. Autocontrol y autoeficacia
14.3. *Coaching*
14.4. Psicología Positiva
14.5. Dirección e inteligencia emocional
14.6. Empatía y colaboración
14.7. Gestión del tiempo

Módulo 15. Comunicación estratégica

15.1. La comunicación en las organizaciones
15.2. Comunicación interna y plan de comunicación integral
15.3. Comunicación interpersonal
15.4. Comunicación abierta
15.5. Negociación

Módulo 16. Transformación de los recursos humanos en la era digital

16.1. Nuevas formas de organización y nuevas metodologías de trabajo
16.2. Habilidades digitales y *professional brand*
16.3. RH y data análisis
16.4. Gestión de personas en la era digital

Módulo 17. Psicología del trabajo y de las organizaciones

17.1. Aproximación a la Psicología del Trabajo y de las organizaciones
- 17.1.1. Definición y conceptualización histórica
- 17.1.2. Aplicación de la psicología del trabajo y las organizaciones
- 17.1.3. Cuadros psicológicos en el entorno laboral

17.2. Estructura de las Organizaciones
17.3. Estructura en la organización: el organigrama
17.4. Estructura de grupo: clases de grupos empresariales
17.5. Proceso e intercambio de información en la organización
17.6. Clima organizacional
17.7. Concepto de clima organizacional
- 17.7.1. La importancia de establecer una cultura organizacional en la empresa y su impacto en el trabajador
- 17.7.2. Evaluación del clima organizacional

17.8. El contexto positivo y creativo en las organizaciones
- 17.8.1. Introducción al contexto positivo
- 17.8.2. Manejo de contextos turbulentos y dispensadores
- 17.8.3. Acciones de mediación
- 17.8.4. Cambio organizacional

17.9. Psicología social del conflicto y la negociación
- 17.9.1. Conflicto social (el grupo humano y sus componentes cognitivos en grupo)
- 17.9.2. El grupo humano: procesos colectivos
- 17.9.3. Estimulación del conflicto

17.10. Fundamentos psicosociales del comportamiento humano
- 17.10.1. Fundamentos psicológicos del comportamiento humano
- 17.10.2. Valores
- 17.10.3. Percepción
- 17.10.4. Aprendizaje
- 17.10.5. Compromiso

17.11. Orientación laboral
- 17.11.1. Contextualización de la orientación en el mundo laboral
- 17.11.2. La orientación laboral en el aprendizaje laboral a lo largo de la vida: skills
- 17.11.3. La transformación digital en la orientación laboral
- 17.11.4. Organizaciones internacionales en la Orientación Vocacional y Profesional

17.12. El liderazgo, cambio, innovación y desarrollo
- 17.12.1. Introducción y definición del liderazgo
- 17.12.2. Tipologías del liderazgo
- 17.12.3. Competencias del liderazgo centradas en el cambio y la innovación

17.13. Personalidad, actitudes y valores en el entorno laboral
- 17.13.1. Conceptualización de la personalidad
- 17.13.2. Teorías de la personalidad
- 17.13.3. Relación entre actitudes y personalidad
- 17.13.4. Personalidad y entorno laboral

17.14. Motivación y satisfacción laboral
- 17.14.1. Motivación: tipos (extrínseca e intrínseca)
- 17.14.2. Motivación y personalidad
- 17.14.3. Satisfacción y satisfacción laboral

Módulo 18. Seguridad Social

18.1. El modelo constitucional de protección social. El Sistema de la Seguridad Social
- 18.1.1. El modelo constitucional de protección social
- 18.1.2. Las medidas de protección de las necesidades sociales
- 18.1.3. La Seguridad Social
- 18.1.4. Las declaraciones de la Constitución española de 1978 en materia de protección social
- 18.1.5. El Sistema de la Seguridad Social
- 18.1.6. Evolución de la Seguridad Social en España
- 18.1.7. Composición del Sistema
- 18.1.8. Acción protectora: prestaciones de la Seguridad Social
- 18.1.9. Régimen económico financiero de la Seguridad Social
- 18.1.10. Gestión de la Seguridad Social

18.2. Personas y contingencias protegidas
- 18.2.1. Campo de aplicación del Sistema
- 18.2.2. Campo de aplicación del Régimen General
- 18.2.3. Inscripción de empresarios
- 18.2.4. Afiliación de trabajadores
- 18.2.5. Altas y bajas de los trabajadores
- 18.2.6. Clases de alta
- 18.2.7. El convenio especial como situación asimilada al alta
- 18.2.8. Efectos de las altas, bajas y comunicación de datos de los trabajadores
- 18.2.9. Efectos de los actos indebidos

18.3. Personas y contingencias protegidas II
- 18.3.1. Situaciones protegidas
- 18.3.2. El accidente de trabajo y la enfermedad profesional
- 18.3.3. La acción protectora del Sistema de la Seguridad Social
- 18.3.4. Requisitos generales del derecho a las prestaciones contributivas
- 18.3.5. Responsabilidad en orden a las prestaciones
- 18.3.6. Automaticidad de las prestaciones

18.4. Gestión y financiación (parte I)
- 18.4.1. Gestión de la Seguridad Social
- 18.4.2. Entidades Gestoras
- 18.4.3. Los Servicios Comunes
- 18.4.4. La Colaboración en la gestión

18.5. Gestión y financiación (parte II)
- 18.5.1. Régimen económico financiero de la Seguridad Social
- 18.5.2. Recursos generales de la Seguridad Social
- 18.5.3. La cotización a la Seguridad Social
- 18.5.4. Bases y tipos de cotización
- 18.5.5. Recaudación

18.6. Prestaciones Económicas: Subsidios y Pensiones I
- 18.6.1. Introducción
- 18.6.2. Incapacidad temporal
- 18.6.3. Maternidad
- 18.6.4. Paternidad
- 18.6.5. Riesgo durante el embarazo y durante la lactancia
- 18.6.6. Cuidado de menores afectados por cáncer u otra enfermedad grave
- 18.6.7. Desempleo

18.7. Prestaciones Económicas: Subsidios y Pensiones II
- 18.7.1. Introducción
- 18.7.2. Prestaciones contributivas
- 18.7.3. Incapacidad permanente
- 18.7.4. Jubilación
- 18.7.5. Muerte y supervivencia
- 18.7.6. Prestaciones no contributivas
- 18.7.7. Invalidez
- 18.7.8. Jubilación
- 18.7.9. Prestaciones familiares

18.8. El Sistema de Salud. La cartera de Servicios y los Medicamentos
- 18.8.1. El Sistema de Salud y la Seguridad Social
- 18.8.2. Evolución en la protección del derecho a la salud
- 18.8.3. El Sistema Nacional de Salud
- 18.8.4. Cartera Común de Servicios del Sistema Nacional de Salud
- 18.8.5. Competencias del Estado y de las Comunidades Autónomas en materia de Sanidad
- 18.8.6. Los medicamentos y la prestación farmacéutica
- 18.8.7. Asegurados y beneficiarios del derecho a la asistencia sanitaria
- 18.8.8. Gestión de la prestación

18.9. El Sistema de Asistencia Social
- 18.9.1. Delimitación del concepto. Asistencia Social
- 18.9.2. La Asistencia Social interna de la Seguridad Social
- 18.9.3. La Asistencia Social externa al Sistema de la Seguridad Social
- 18.9.4. Servicios Sociales
- 18.9.5. El Sistema para la Autonomía y Atención a la Dependencia

18.10. Planes y Fondos de Pensiones. Mutualidades de Previsión Social
- 18.10.1. Introducción
- 18.10.2. Las mejoras voluntarias
- 18.10.3. Las Mutualidades de Previsión Social. Los planes y Fondos de Pensiones

Módulo 19. Dirección y gestión de la formación en la empresa

19.1. La capacitación en la empresa
- 19.1.1. Concepto, objetivos y actores de la capacitación
- 19.1.2. La capacitación como elemento de la estrategia empresarial

19.2. Planificación de la capacitación
- 19.2.1. Elemento de la planificación de la capacitación
- 19.2.2. Gestión presupuestal

19.3. Diagnóstico de necesidades de capacitación
- 19.3.1. Detección de necesidades de capacitación DNC
- 19.3.2. Técnicas y recolección de datos
- 19.3.3. Análisis y valoración

19.4. Métodos de capacitación
- 19.4.1. Capacitación en el puesto de trabajo
- 19.4.2. Capacitación fuera del puesto de trabajo
- 19.4.3. Capacitación en entornos digitales: *elearning*
- 19.4.4. Capacitación *Blended*

19.5. Diseño y programación de acciones de capacitación
- 19.5.1. Concepto de diseño y programación de acciones de capacitación
- 19.5.2. Definición del objetivo y contenidos de las acciones de capacitación
- 19.5.3. Metodología de enseñanza en las acciones de capacitación

19.6. El sistema de educación dual
- 19.6.1. Origen de la formación dual y países de referencia
- 19.6.2. Aspectos laborales del contexto de la formación dual
- 19.6.3. Aspectos formativos del contexto de la formación dual
- 19.6.4. Perspectivas y evolución de la formación dual

19.7. Marco legal de la capacitación
- 19.7.1. Art. 123
- 19.7.2. Ley federal del trabajo
- 19.7.3. Contratos colectivos de trabajo

19.8. El costo de la capacitación en la organización
- 19.8.1. Costos directos de la capacitación
- 19.8.2. Costos indirectos de la capacitación
- 19.8.3. El impacto económico de una correcta capacitación en la empresa

19.9. Inspecciones y auditoria de la capacitación en la empresa
- 19.9.1. Inspecciones gubernamentales
- 19.9.2. Auditorías externas
- 19.9.3. Riesgos en caso de no cumplimiento

19.10. Capacitación de alta especialidad
- 19.10.1. Puestos de alto riesgo
- 19.10.2. Programas de capacitación especiales

Módulo 20. Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR.HH

20.1. Programas y políticas de empleo gubernamentales
- 20.1.1. Conocimiento de las políticas de empleo gubernamentales vigentes
- 20.1.2. Programas de subsidio al empleo
- 20.1.3. El gobierno como otorgante de empleo

20.2. Políticas de pobreza y exclusión social
- 20.2.1. Conceptualización de la pobreza en términos socioeconómicos
  - 20.2.1.1. Contextualización jurídica y social
  - 20.2.1.2. La pobreza y la inclusión social en las políticas de empleo

20.3. Grupos sociales y las dificultades en el empleo
- 20.3.1. Identificación de los grupos sociales
- 20.3.2. Prácticas laborales excluyentes
- 20.3.3. Programas y leyes protectoras de los grupos sociales

20.4. Discapacidad en el entorno laboral
- 20.4.1. Conceptualización de la discapacidad
- 20.4.2. Programas de inclusión laboral en la empresa
- 20.4.3. Incentivos gubernamentales

20.5. Programas de jóvenes y primer empleo
- 20.5.1. Políticas de becarios y practicantes en la empresa
- 20.5.2. Programas gubernamentales
- 20.5.3. Retos del empleo juvenil en el contexto de transformación digital

20.6. Pensiones y jubilación
- 20.6.1. Leyes correspondientes
- 20.6.2. Sujetos de derecho a pensión o jubilación

20.7. Mujer y Trabajo (I): violencia de género
- 20.7.1. Contextualización de la violencia de género
- 20.7.2. Programas empresariales contra la violencia de género
- 20.7.3. La promoción del empleo en las mujeres víctimas de violencia de género

20.8. Mujer y Trabajo (II): discriminación y marginación en el empleo
- 20.8.1. La mujer en el contexto laboral a lo largo de la historia
- 20.8.2. Discriminación en el empleo
- 20.8.3. Sectores productivos de mayor empleabilidad para las mujeres

20.9. Inmigración y trabajo
- 20.9.1. Tipos de inmigrantes
- 20.9.2. Permisos de trabajo
- 20.9.3. La participación del gobierno en la promoción de la migración legal

20.10. Administración de personal internacional
- 20.10.1. Empresas globales
- 20.10.2. Inmigrantes y expatriados
- 20.10.3. Fomentar una cultura empresarial global

Módulo 21. Selección de personas (I): metodologías cuantitativas y cualitativas

21.1. Introducción a la selección de personal
- 21.1.1. La selección de personal
- 21.1.2. Etapas de la selección de personal

21.2. El reclutamiento: técnicas
- 21.2.1. Fuentes internas de reclutamiento
- 21.2.2. Fuentes externas de reclutamiento
- 21.2.3. Reclutamiento digital: *eRecruitment*

21.3. Pruebas cuantitativas de selección de personal
- 21.3.1. La psicometría
- 21.3.2. Pruebas psicométricas
- 21.3.3. Pruebas de habilidades o conocimientos

21.4. Test psicológicos en el entorno laboral
- 21.4.1. Test de inteligencia
- 21.4.2. Test de personalidad
- 21.4.3. Test de competencias especificas

21.5. Pruebas cualitativas de selección de personal
- 21.5.1. *Role play*
- 21.5.2. *Asessment center*
- 21.5.3. Dinámicas grupales

21.6. Evaluación de la eficacia y eficiencia en los procesos de selección
- 21.6.1. Métodos de valoración cuantitativa de los procesos de selección
- 21.6.2. Métodos de valoración cualitativa de los procesos de selección

21.7. *On boarding*
- 21.7.1. Protocolos de bienvenida
- 21.7.2. Inducción
- 21.7.3. Estrategia de apego a la cultura organizacional
- 21.7.4. Entrevista de ajuste

21.8. Incorporación de la igualdad de oportunidades en los procesos de selección cuantitativos y cualitativos
- 21.8.1. La igualdad de oportunidades en las organizaciones
- 21.8.2. Protocolos de incorporación de la igualdad de oportunidades en los procesos de selección y promoción

21.9. Procesos de promoción interna
- 21.9.1. Plan de vida y carrera
- 21.9.2. Cartas de reemplazo
- 21.9.3. Procesos de promoción

21.10. *Employer branding*
- 21.10.1. La marca empleadora y su importancia
- 21.10.2. Herramientas online de branding corporativo (*website*, redes sociales, blogs)
- 21.10.3. Herramientas offline de branding corporativo: ferias de empleo, impacto en medios de comunicación

Módulo 22. Selección de personas (II): era digital

22.1. Las competencias laborales en la era digital
- 22.1.1. Concepto de competencia
- 22.1.2. Las competencias y las profesiones del futuro en la cuarta revolución industria
- 22.1.3. Marcos nacionales e internacionales de competencias profesionales

22.2. Introducción al entorno 2.0 y la selección
- 22.2.1. Ventajas del entorno 2.0 en el reclutamiento y selección
- 22.2.2. Principales medios para realizar procesos de selección online

22.3. Análisis de competencias profesionales en el entorno empresarial
- 22.3.1. Identificación de necesidades competenciales en los puestos de trabajo
- 22.3.2. Elaboración del diccionario de competencias

22.4. Selección de personal por competencias profesionales
- 22.4.1. Entrevista de selección por competencias
- 22.4.2. Metodología STAR
- 22.4.3. Asessment center
- 22.4.4. Evaluación del proceso de selección por competencias

22.5. *eRecruitment, Nethunting y employer branding*
- 22.5.1. Reputación social y *branding employer*
- 22.5.2. Social Media *recruiting*
- 22.5.3. Inbound *recruitment*
- 22.5.4. Mobile *recruitment*
- 22.5.5. Los nuevos profesionales del *e-Recruitment: los Nethunters*

22.6. Procesos de selección por competencias en entornos digitales
- 22.6.1. Análisis de *Big Data* en la identificación de competencias profesionales
- 22.6.2. Algorítmica en la selección de personas (portales de empleo 2.0)
- 22.6.3. Pruebas de gamificación
- 22.6.4. *Networking* y marca personal

22.7. Headhunting y la captación del talento humano digital
- 22.7.1. *Headhunting*
- 22.7.2. *Mapping* de puestos
- 22.7.3. Gestión del talento online
- 22.7.4. *Recruitment* internacional

22.8. Intranet como herramienta de comunicación y selección
- 22.8.1. Intranet: funcionamiento, conceptos y definiciones
- 22.8.2. Funcionamiento de una intranet
- 22.8.3. Tipos de intranet
- 22.8.4. Implementación de intranet en procesos de HR

22.9. Desarrollo de competencias digitales
- 22.9.1. Detección de competencias digitales transversales
- 22.9.2. Formación en competencias digitales en el entorno empresarial

22.10. Cultura digital y derechos digitales inherentes a los trabajadores
- 22.10.1. La sociedad 3.0
- 22.10.2. Ciberseguridad y protección de datos personales

Módulo 23. Gestión de desempeño y política retributiva

23.1. Introducción a la gestión del desempeño y la dirección por objetivos
- 23.1.1. La repercusión de la era digital en el desempeño profesional
- 23.1.2. Transformación digital en las empresas
- 23.1.3. Nuevas políticas de Recursos Humanos en la era digital
- 23.1.4. Los nuevos entornos laborales
- 23.1.5. Evaluación del desempeño: qué es y para qué sirve
- 23.1.6. Modelos de evaluación del desempeño

23.2. El ciclo de la gestión del desempeño
- 23.2.1. Los nuevos entornos laborales
- 23.2.2. Fases del ciclo de la gestión del desempeño
- 23.2.3. Modelos en los sistemas de trabajo

23.3. Planificación del desempeño
- 23.3.1. Diseño inicial de la evaluación de desempeño: análisis de la empresa
- 23.3.2. Fijación de objetivos individuales y grupales
- 23.3.3. Métricas de desempeño
- 23.3.4. Sistemas de evaluación por competencias

23.4. Seguimiento del desempeño
- 23.4.1. Gestión del mapa de talento empresarial
- 23.4.2. Mecanismos de seguimiento del plan de acción individual y grupal: técnicas de observación, coaching y retroalimentación
- 23.4.3. Planes de reconocimiento

23.5. Evaluación del desempeño
- 23.5.1. Puntos clave en la evaluación del desempeño: objetivos, competencias y proyecto/equipo
- 23.5.2. Definición de escalas de evaluación y parámetros de excelencia
- 23.5.3. La aplicación de la evaluación

23.6. Gestión del bajo rendimiento
- 23.6.1. Técnicas de observación
- 23.6.2. Metodologías de motivación de incentivos y coaching
- 23.6.3. Plan de recuperación

23.7. Política de retribución
- 23.7.1. Regulación del trabajo y la retribución
- 23.7.2. Establecimiento del sistema General de compensaciones
- 23.7.3. Retribuciones variables
- 23.7.4. Sistemas de control

23.8. Aspectos jurídico-laborales de la retribución
- 23.8.1. Encuadre jurídico
- 23.8.2. Aplicación

23.9. Planificación anual de los planes de desempeño
- 23.9.1. Diseño y elaboración de un plan anual de desempeño
- 23.9.2. Análisis de resultados

23.10. Aspectos de retribución adicionales
- 23.10.1. Planes de pensiones
- 23.10.2. Otras situaciones especiales

Módulo 24. Gestión de políticas en intermediación laboral

24.1. La intermediación laboral en la cartera común de los Servicios del Sistema nacional de empleo
- 24.1.1. La intermediación laboral
- 24.1.2. El nuevo papel de los servicios público de empleo
- 24.1.3. Discriminación en el acceso al empleo

24.2. La intermediación laboral
- 24.2.1. Conceptualización de la intermediación: principios básicos
- 24.2.2. Intermediación laboral y orientación profesional
- 24.2.3. La intermediación laboral dentro de las políticas activas de empleo en los Servicios Públicos
- 24.2.4. Agentes colaboradores en la Externalización de la intermediación: agencias de colocación y empresas de trabajo temporal

24.3. Prospección laboral (I)
- 24.3.1. Datos estadísticos sobre el tejido empresarial
- 24.3.2. Fuentes de información sobre el mercado laboral
- 24.3.3. Indicadores del mercado de trabajo actual
- 24.3.4. Yacimientos de empleo

24.4. Prospección laboral (II)
- 24.4.1. Diagnóstico y análisis del mercado laboral
- 24.4.2. La prospección y sus fases: acercamiento a la empresa y plan de captación
- 24.4.3. Fidelizar y evaluar la relación con las empresas
- 24.4.4. Gestión de la demanda de empleo y acompañamiento a la empresa

24.5. Las actividades de reclutamiento
- 24.5.1. Conceptualización del reclutamiento: tipologías
- 24.5.2. Procedimientos de reclutamiento en la era digital: eRecruitment
- 24.5.3. El reclutamiento en las entidades colaboradoras de colocación

24.6. Itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
- 24.6.1. Aspectos básicos y elementos que lo incluyen
- 24.6.2. Elaboración de los itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
- 24.6.3. Consideraciones especiales en colectivos con dificultades de inserción laboral

24.7. El régimen sancionador en materia de intermediación
- 24.7.1. Las carencias sancionadoras del reclutamiento de mano de obra irregular. La orientación y la colocación
- 24.7.2. El régimen sancionador en materia de formación

24.8. Cesión ilegal de trabajadores: marco normativo
- 24.8.1. Las sucesivas reformas del concepto y la actual identificación de la cesión ilegal
- 24.8.2. Cesiones ilegales interempresariales
- 24.8.3. Consecuencias de la cesión ilícita

24.9. La colaboración público – privada en la intermediación laboral
- 24.9.1. Modelos europeos de colaboración público- privada
- 24.9.2. El Acuerdo Marco de colaboración público-privada tras la reforma laboral
- 24.9.3. La convergencia de obligaciones formativas con los servicios públicos de empleo

24.10. Retos de las políticas de intermediación laboral en la era digital
- 24.10.1. La intermediación laboral en agencias de colocación telemáticas
- 24.10.2. La movilidad laboral y la globalización en las políticas de empleo
- 24.10.3. La prospección laboral en la era digital

Módulo 25. Productividad **personal y gestión de proyectos**

25.1. Gestión del tiempo
- 25.1.1. Uso el tiempo
- 25.1.2. Planificación del tiempo: los ladrones del tiempo
- 25.1.3. Elaboración de planes operativos y control de gestión
- 25.1.4. Nuevas tecnologías a disposición del tiempo: Outlook, Microsoft Project

25.2. Gestión de la energía personal
- 25.2.1. Competencias personales y habilidades directivas
- 25.2.2. Habilidades interpersonales
- 25.2.3. Resolución de conflictos

25.3. Estrategias personales de control de estrés
- 25.3.1. El estrés: conceptos básicos y su funcionalidad en la supervivencia
- 25.3.2. Eustrés y Distres
- 25.3.3. Estrategias de control de estrés: cognitivas, conductuales y emocionales

25.4. Planificación y control de proyectos
- 25.4.1. Gestión del Alcance
- 25.4.2. Gestión del Cronograma del proyecto
- 25.4.3. Gestión el costo del proyecto

25.5. Gestión de la calidad del proyecto
- 25.5.1. Planificación, aseguramiento y control de calidad: normativas aplicables
- 25.5.2. Gestión de los riesgos del proyecto y herramientas técnicas para la gestión

25.6. Gestión de personas
- 25.6.1. Gestión del liderazgo y la gestión de equipos en los Recursos Humanos
- 25.6.2. Responsabilidad empresarial y ética del gestor de proyectos

25.7. Aspectos legales en la gestión de proyectos
- 25.7.1. Gestión de la contratación
- 25.7.2. Planificación de adquisiciones (el ciclo de compras)
- 25.7.3. Administración de contratos y adquisiciones

25.8. Financiación de proyectos
- 25.8.1. Análisis económico – financiero y del riesgo
- 25.8.2. Mecanismos de financiación
- 25.8.3. Gestión financiera de programas (presupuesto, control el programa, cierre del programa)

25.9. Comunicación y venta de proyectos
- 25.9.1. Gestión de la comunicación y de los interesados (*Stakeholders*)
- 25.9.2. Gestión de la venta de un proyecto

25.10. Evaluación de la calidad en la gestión del conocimiento y en tendencias en la dirección de proyectos
- 25.10.1. Gestión de la información
- 25.10.2. ISO 10006
- 25.10.3. UNE 412001: guía práctica de la gestión del conocimiento
- 25.10.4. Metodología Tiwana

"El característico sistema Relearning de este Grand Master te permitirá aprender a tu medida sin depender decondicionantes externos de enseñanza"

04

Objetivos docentes

Gracias a este programa universitario, los egresados serán capaces de liderar estrategias de gestión del talento y optimizar procesos de selección. En este sentido, obtendrán competencias avanzadas que incluyen comunicación eficaz, pensamiento estratégico, negociación, manejo de herramientas digitales de Recursos Humanos, liderazgo, adaptabilidad y ética profesional. Así, estarán preparados para atraer y retener talento, alineando las políticas de Recursos Humanos con los objetivos organizacionales para impulsar el éxito empresarial.

Implementarás prácticas que promuevan un ambiente laboral diverso e inclusivo, asegurando la igualdad de oportunidades para todos los empleados"

Objetivos generales

- Desarrollar competencias estratégicas en la gestión del reclutamiento y selección de talento
- Adquirir conocimientos avanzados en procesos de búsqueda y atracción de candidatos
- Aplicar técnicas de entrevista y evaluación para la selección de personal de alto nivel
- Implementar estrategias de reclutamiento basadas en las necesidades organizacionales
- Desarrollar habilidades para gestionar procesos de selección a gran escala de manera eficiente
- Optimizar el uso de plataformas digitales y redes sociales en el reclutamiento de talento
- Diseñar planes de atracción de talento alineados con los objetivos estratégicos de la empresa
- Gestionar la marca empleadora para atraer a los mejores candidatos
- Desarrollar técnicas de selección inclusivas que favorezcan la diversidad en la organización
- Establecer métodos de evaluación que aseguren la contratación de personal adecuado
- Mejorar la experiencia del candidato durante todo el proceso de reclutamiento
- Aplicar herramientas de análisis de datos para mejorar las decisiones de contratación
- Crear estrategias para reducir la rotación de personal mediante un reclutamiento efectivo
- Desarrollar habilidades para negociar y presentar ofertas de trabajo atractivas
- Diseñar procesos de onboarding que faciliten la integración de nuevos empleados
- Evaluar y ajustar las políticas de reclutamiento para adaptarse a cambios en el mercado laboral
- Gestionar equipos de reclutamiento y selección de manera eficiente y colaborativa
- Aplicar estrategias de retención de talento desde la fase de reclutamiento
- Establecer relaciones efectivas con agencias de reclutamiento y proveedores de servicios laborales
- Desarrollar capacidades para realizar análisis de tendencias del mercado laboral y su impacto en el reclutamiento

Objetivos específicos

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

- Desarrollar habilidades de liderazgo ético que integren principios de responsabilidad social empresarial en la toma de decisiones
- Capacitar en la implementación de políticas de responsabilidad social que generen un impacto positivo en la comunidad y el entorno

Módulo 2. Dirección estratégica y Management Directivo

- Ahondar en la en la formulación y ejecución de estrategias empresariales eficaces
- Obtener competencias en la gestión de equipos directivos para mejorar el rendimiento organizacional

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- Profundizar en la gestión efectiva del talento humano, enfocándose en la atracción, desarrollo y retención de los empleados clave
- Ser capaz de crear y gestionar equipos de alto rendimiento alineados con los objetivos organizacionales

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- Manejar herramientas innovadoras para la toma de decisiones financieras estratégicas que optimicen los recursos y aseguren la rentabilidad de la empresa
- Capacitar en la elaboración y gestión de presupuestos, informes financieros y el análisis de la viabilidad de proyectos

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- Desarrollar competencias en la planificación, coordinación y control de las operaciones logísticas dentro de la cadena de suministro
- Optimizar los procesos operacionales y reducir los costos asociados a la logística empresarial

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- Optimizar la gestión de sistemas de información para mejorar la eficiencia organizacional
- Desarrollar habilidades para tomar decisiones sobre la implementación de sistemas de información alineados a los objetivos empresariales

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- Formar en la creación y ejecución de estrategias comerciales y de marketing que alineen la oferta empresarial con las demandas del mercado
- Desarrollar competencias en la gestión de la comunicación corporativa para fortalecer la imagen de marca

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- Dominar el uso de herramientas y metodologías para realizar investigaciones de mercado que identifiquen oportunidades de negocio
- Gestionar campañas publicitarias efectivas y tomar decisiones estratégicas en la dirección comercial

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- Fomentar la capacidad para gestionar proyectos innovadores que aporten valor y diferencien a la empresa en el mercado
- Desarrollar competencias en la planificación, ejecución y control de proyectos con un enfoque en la innovación y la sostenibilidad

Módulo 10. Management Directivo

- Obtener habilidades para liderar equipos directivos en entornos empresariales dinámicos y globalizados
- Capacitar para la toma de decisiones estratégicas que optimicen los recursos y mejoren el desempeño organizacional

Módulo 11. Dirección estratégica de RR.HH

- Desarrollar habilidades en la creación e implementación de estrategias de recursos humanos que alineen las políticas de gestión del talento con los objetivos globales de la organización
- Aplicar técnicas innovadoras para optimizar el rendimiento organizacional

Módulo 12. Proceso de gestión y administración de RR.HH

- Gestionar eficientemente el ciclo completo de Recursos Humanos, desde el reclutamiento hasta la gestión de la relación laboral
- Garantizar el cumplimiento normativo y la eficiencia operativa

Módulo 13. Comportamiento organizacional

- Analizar cómo el comportamiento individual y grupal impacta en el desempeño organizacional
- Proporcionar estrategias para gestionar equipos, motivar empleados y mejorar el clima laboral

Módulo 14. Executive coaching

- Capacitar en las técnicas y herramientas de coaching ejecutivo
- Mejorar las habilidades de liderazgo, toma de decisiones y gestión del cambio

Módulo 15. Comunicación estratégica

- Desarrollar estrategias de comunicación que fortalezcan la relación entre los empleados, la dirección y los stakeholders externos
- Asegurar que la comunicación sea coherente, efectiva y alineada con los valores y objetivos organizacionales

Módulo 16. Transformación de los recursos humanos en la era digital

- Explorar las nuevas herramientas digitales que están transformando la gestión de los Recursos Humanos
- Capacitar en el uso de plataformas tecnológicas para optimizar la gestión del talento, la comunicación interna y la eficiencia organizacional

Módulo 17. Psicología del trabajo y de las organizaciones

- Ahondar en los aspectos psicológicos que influyen en el comportamiento y rendimiento de los empleados
- Aplicar teorías y principios psicológicos en la gestión de personas dentro de las organizaciones

Módulo 18. Seguridad Social

- Capacitar en los aspectos clave del sistema de seguridad social, comprendiendo su aplicación y gestión dentro de las organizaciones
- Asegurar el cumplimiento de las normativas laborales en relación con las prestaciones sociales

Módulo 19. Dirección y gestión de la formación en la empresa

- Gestionar programas de formación empresarial que respondan a las necesidades de la organización
- Garantizar el desarrollo continuo del talento y la mejora de la productividad a través de la capacitación adecuada

Módulo 20. Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR.HH

- Capacitar en la implementación de políticas que promuevan la igualdad de oportunidades y gestionen la diversidad en el entorno laboral
- Crear un ambiente inclusivo y asegurando el cumplimiento de las normativas de diversidad e igualdad

Módulo 21. Selección de personas (I): metodologías cuantitativas y cualitativas

- Proporcionar conocimientos sobre los métodos cuantitativos y cualitativos utilizados en la selección de personal
- Obtener habilidades para evaluar candidatos de manera objetiva y precisa según las necesidades de la organización

Módulo 22. Selección de personas (II): era digital

- Capacitar en el uso de herramientas digitales y plataformas en línea para la selección de personal, mejorando la eficiencia y precisión en el proceso de reclutamiento
- Adaptar las prácticas de selección a las nuevas demandas tecnológicas

Módulo 23. Gestión de desempeño y política retributiva

- Desarrollar habilidades en la gestión del desempeño laboral y la implementación de políticas retributivas que alineen las recompensas con los objetivos organizacionales
- Crear estrategias para motivar a los empleados y mejorar su rendimiento

Módulo 24. Gestión de políticas en intermediación laboral

- Diseñar políticas que faciliten la intermediación laboral, promoviendo la empleabilidad y la correcta inserción laboral de los trabajadore
- Gestionar de forma óptima las relaciones con las agencias de empleo y otras instituciones

Módulo 25. Productividad personal y gestión de proyectos

- Desarrollar competencias en la gestión de la productividad personal y la planificación de proyectos
- Utilizar técnicas de gestión del tiempo y recursos para optimizar el rendimiento individual y la ejecución exitosa de proyectos dentro de las organizaciones

"Con un enfoque académico de excelencia y una metodología adaptada a las necesidades actuales, TECH te impulsará a alcanzar tus metas y convertirte en un referente en RR.HH. y Reclutamiento"

05

Salidas profesionales

Al culminar este Grand Master MBA Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento, los profesionales obtendrán un conocimiento profundo sobre las tácticas más eficaces para atraer y seleccionar talento diverso. Asimismo, los expertos desarrollarán e implementarán estrategias de reclutamiento que fomenten la inclusión y la participación activa de todos los candidatos en el entorno laboral. De este modo, los especialistas potenciarán sus oportunidades profesionales y asumirán roles especializados como Gerente de Adquisición de Talento.

Brindarás un asesoramiento integral a las empresas sobre la implementación de técnicas para optimizar la satisfacción de los empleados"

Perfil del egresado

El egresado de esta titulación universitaria es un profesional capacitado para gestionar el talento y las necesidades de personal en organizaciones diversas. Posee un profundo conocimiento de estrategias de reclutamiento, selección y retención, así como de metodologías inclusivas y herramientas tecnológicas aplicadas a Recursos Humanos. Además, está preparado para diseñar e implementar planes de adquisición de talento personalizados, colaborar con equipos multidisciplinarios y mediar entre dirección, empleados y candidatos, promoviendo una gestión de recursos efectiva y equitativa.

Diseñarás estrategias que impulsen la eficiencia organizacional, el desarrollo profesional de los trabajadores y un ambiente laboral productivo.

- **Capacidad de Comunicación Eficaz:** Los profesionales desarrollan habilidades para comunicar de manera clara y persuasiva, adaptando su lenguaje y estilo comunicativo a diferentes audiencias, desde candidatos hasta directivos, facilitando así procesos de reclutamiento y gestión de talento
- **Pensamiento Estratégico y Analítico:** Poseen la capacidad de analizar datos y tendencias del mercado laboral para diseñar estrategias de reclutamiento efectivas. Utilizan el pensamiento crítico para identificar oportunidades de mejora en los procesos de selección y alinearlos con los objetivos organizacionales
- **Habilidades de Negociación y Mediación:** Desarrollan competencias para negociar condiciones laborales, paquetes de compensación y resolver conflictos entre candidatos y la organización. Estas habilidades aseguran relaciones laborales armoniosas y acuerdos beneficiosos para todas las partes involucradas
- **Competencia Digital y Manejo de Tecnología:** Manejan herramientas y plataformas digitales avanzadas para optimizar el proceso de reclutamiento, desde el uso de sistemas de seguimiento de candidatos hasta la implementación de estrategias de employer branding en redes sociales y portales de empleo

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

1. **Director de Recursos Humanos:** Líder del departamento de Recursos Humanos, desarrollando e implementando estrategias alineadas con los objetivos corporativos para gestionar eficazmente el capital humano.
2. **Gerente de Reclutamiento:** Supervisor de los procesos de selección y contratación de personal, asegurando la atracción de talento calificado y adecuado a las necesidades de la organización.
3. **Consultor de Recursos Humanos:** Asesor en empresas en la gestión del talento, optimización de procesos de Recursos Humanos y desarrollo de estrategias para mejorar el rendimiento y la satisfacción de los empleados.
4. **Especialista en Adquisición de Talento:** Encargado de identificar, atraer y seleccionar a los mejores candidatos, utilizando técnicas avanzadas de reclutamiento y herramientas tecnológicas para asegurar la contratación de personal de alta calidad.
5. **Gerente de Desarrollo Organizacional:** Diseñador de programas y estrategias que promueven la eficiencia organizacional, el desarrollo profesional de los empleados y un ambiente laboral positivo y productivo.
6. **Coordinador de *Employer Branding*:** Responsable de desarrollar y gestionar la marca empleadora, creando una imagen atractiva de la empresa para atraer y retener talento de alto nivel.
7. **Director de Compensaciones y Beneficios:** Administrador de los sistemas de remuneración y beneficios, diseñando paquetes competitivos que atraigan y retengan a los empleados, alineados con las políticas y objetivos de la organización.
8. **Responsable de Diversidad e Inclusión:** Encargado de promover políticas y prácticas de diversidad e inclusión en el lugar de trabajo, asegurando un ambiente laboral equitativo y respetuoso para todos los empleados.
9. **Gerente de Relaciones Laborales:** Gestor de las relaciones entre la empresa y sus empleados, incluyendo negociaciones sindicales, resolución de conflictos y promoción de un ambiente laboral armonioso y colaborativo.

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.

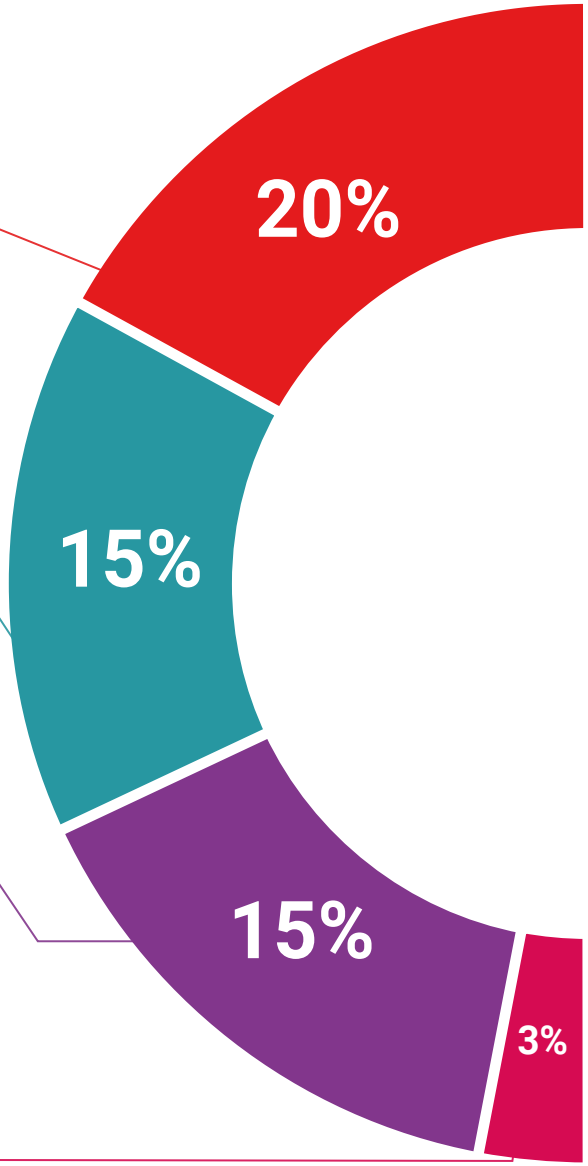
Resúmenes interactivos

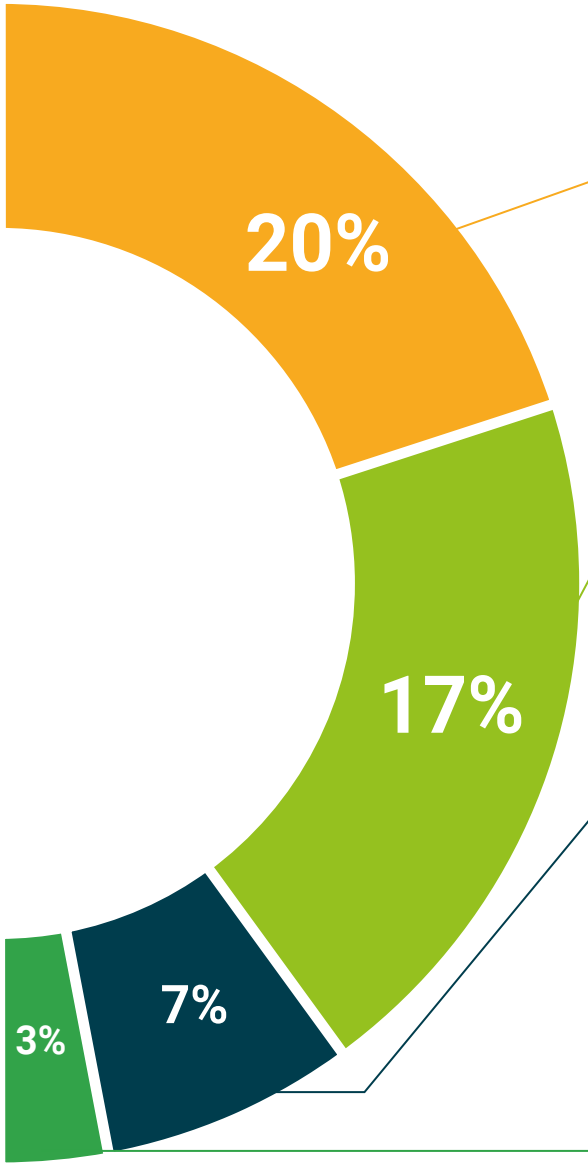
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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 brindar los programas universitarios más completos y actualizados del panorama académico, motivo por el que selecciona con rigurosidad sus claustros docentes. Para la impartición de este Grand Master, se ha hecho con los servicios de los mejores especialistas en el ámbito de los Recursos Humanos y Reclutamiento. Gracias a esto, han elaborado diversos materiales didácticos que destacan por su excelsa calidad y por ajustarse a las demandas del mercado laboral actual. Sin duda, una experiencia intensiva que ampliará los horizontes profesionales de los alumnos.

Disfrutarás de un plan de estudios diseñado por auténticos referentes en Recursos Humanos y Reclutamiento"

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 Media, Nueva York, Estados Unidos Responsable de Selección de Personal Comcast
- Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- Ejecutiva de Cuentas en BNC
- Ejecutiva de Cuentas en Vault
- Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

D. Gauthier, Rick

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

"Expertos de prestigio internacional te brindarán una revisión holística de las innovaciones más importantes a día de hoy en el mundo directivo y de los negocios"

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 tecnológic**o. 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

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

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

"¿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

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

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

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

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

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

D. La Sala, Andrea

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Gram, Mick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

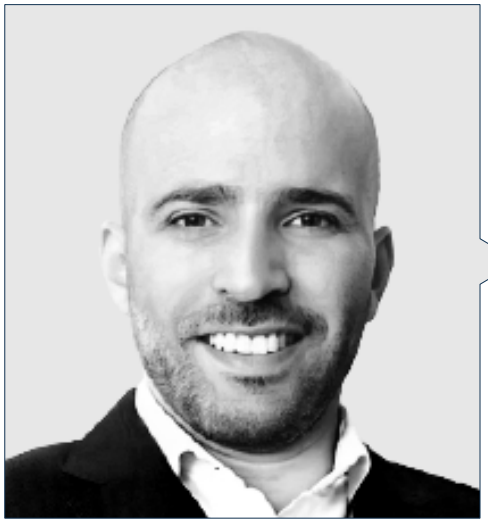
Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos** y **Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos 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. González Ferrer, Óliver

- Director de Comunicación - Planificación Estratégica de Proyectos en Trabajando.com
- Responsable de Marketing y Comunicación en Trabajando.com
- Sociólogo en el Cabildo de Fuerteventura
- Máster en Publicidad y Comunicación por la Universidad Pontificia Comillas
- Licenciado en Sociología en la Universidad de la Laguna

Profesores

Dña. Olmos Otero, Leire

- Responsable de Reclutamiento Profesional en ManpowerGroup
- Director Internacional de HR Consulting en Universia
- Director General de Selección en Hay Group
- Director de Grandes Cuentas del Área Manager en Ajilon
- Máster en Práctica Jurídica en Colex
- Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid

Dña. Cañas García, Ana

- Jefe de Personal Interino en Jotelulu
- Socia-Consultora y Coordinadora del Área de Talento Digital en Cohaerentis
- Consultora de Talento Digital en Talenttics
- Consultora de Reclutamiento Internacional en Grupo Binternational
- Consultora de Selección en ARG Human Resources Advisor
- Licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III
- Diplomada en Relaciones Laborales por la Universidad Carlos III

08

Titulación

El Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Global University.

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

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

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

TECH es miembro de la **Business Graduates Association (BGA)**, la organización internacional que aglutina a las principales escuelas de negocios de todo el mundo y es garantía de calidad de los mejores programas de formación para directivos. Las escuelas miembros de BGA están unidas por su dedicación a las prácticas de gestión responsables, el aprendizaje permanente y la entrega de un impacto positivo para las partes interesadas de la escuela de negocios. Pertenecer a BGA es sinónimo de calidad académica.

TECH es miembro de:

BUSINESS GRADUATES ASSOCIATION
MEMBER

Título: **Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**

tech global university

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

Se trata de un título propio de 3.600 horas de duración equivalente a 120 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR235 techtitute.com/titulos

Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	5	OB
1º	Dirección estratégica y *Management* Directivo	5	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	5	OB
1º	Dirección económico-financiera	5	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	5	OB
1º	Dirección de sistemas de información	5	OB
1º	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativo	5	OB
1º	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial	5	OB
1º	Innovación y Dirección de Proyectos	5	OB
1º	*Management* Directivo	5	OB
1º	Dirección estratégica de RR.HH	5	OB
1º	Proceso de gestión y administración de RR.HH	5	OB

Curso	Materia	ECTS	Carácter
2º	Comportamiento organizacional	5	OB
2º	Executive coaching	5	OB
2º	Comunicación estratégica	5	OB
2º	Transformación de los recursos humanos en la era digital	5	OB
2º	Psicología del trabajo y de las organizaciones	5	OB
2º	Seguridad Social	5	OB
2º	Dirección y gestión de la formación en la empresa	5	OB
2º	Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR.HH	5	OB
2º	Selección de personas II: metodologías cuantitativas y cualitativas	4	OB
2º	Selección de personas III: era digital	4	OB
2º	Gestión de desempeño y política retributiva	4	OB
2º	Gestión de políticas en intermediación laboral	4	OB
2º	Productividad personal y gestión de proyectos	4	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

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

tech global university

Grand Master
MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

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

Grand Master
MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

TECH es miembro de:

tech global university