

Grand Master

MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

Aval/Membresía



tech
universidad



Grand Master

MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

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

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-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. 40

06

Metodología de estudio

pág. 44

07

Cuadro docente

pág. 54

08

Titulación

pág. 74

01

Presentación del programa

Los perfiles especializados en Recursos Humanos y Reclutamiento figuran entre los más demandados a nivel global: se estima que más del 75% de las empresas priorizan estrategias para captar y retener talento de alto rendimiento. En respuesta a esta realidad, TECH desarrolla programas universitarios de alto nivel, diseñados para fortalecer las competencias clave de los profesionales del sector. Por ello, el programa MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento cuenta con un claustro docente integrado por líderes en gestión del talento y atracción de perfiles estratégicos. Sus contenidos, actualizados y orientados al mercado, permiten a quienes acceden a este programa universitario ampliar su visión y asumir responsabilidades clave en procesos de selección y desarrollo de talento.



“

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

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 dentro de esta gestión. La especialización en Reclutamiento en el ámbito de los Recursos Humanos no solo permite identificar a los candidatos adecuados, sino también optimizar los métodos de selección y generar una experiencia positiva para los aspirantes. Por ello, los profesionales requieren desarrollar competencias avanzadas en la aplicación de tecnologías en los procesos de selección y en la gestión de la marca empleadora.

En este contexto, el Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento, se posiciona como una propuesta innovadora diseñada por referentes del sector. Este programa universitario profundiza en las dinámicas del comportamiento organizacional y en el desarrollo de estrategias de diversidad e igualdad. Así, los egresados adquieren las competencias necesarias para gestionar de manera estratégica el Reclutamiento y la integración de talento en organizaciones modernas, empleando herramientas digitales y métodos innovadores que optimizan cada etapa del proceso de selección.

Para afianzar tales contenidos didácticos, los profesionales cuentan con una metodología disruptiva: el *Relearning*. Este sistema, impulsado por TECH, facilita la asimilación progresiva de los conceptos más complejos mediante la reiteración, optimizando el tiempo y el esfuerzo al evitar la memorización excesiva. El programa universitario se imparte 100% online, lo que brinda una ventaja significativa al ofrecer autonomía para que los egresados puedan gestionar su ritmo según sus otras responsabilidades. Además, incluye unas exclusivas *Masterclasses* impartidas por reconocidos Directores Invitados Internacionales.

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

Este **MBA en 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



Profundizarás en las últimas tendencias en Recursos Humanos y procesos de Reclutamiento con Masterclasses exclusivas dictadas por prestigiosos directores invitados internacionales"

“

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

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.

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

Utilizarás la innovadora metodología Relearning para dominar los conocimientos y conseguir tus objetivos con éxito.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

El mejor claustro docente top internacional

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

Profesorado
TOP
Internacional

La mayor universidad digital del mundo

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

La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

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

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



03

Plan de estudios

Los contenidos didácticos que conforman esta titulación universitaria proporcionarán a los Expertos un conocimiento integral sobre los fundamentos de los Recursos Humanos y Reclutamiento. El programa universitario profundizará en áreas que abarcan desde la dirección económico-financiera y la administración de proyectos, hasta las complejas dinámicas del comportamiento organizacional y la gestión estratégica del talento. Así pues, quienes se especialicen en este ámbito desarrollarán competencias avanzadas para optimizar los procesos de atracción, selección y contratación de personal, adaptándose a las demandas cambiantes del mercado laboral. Además, se dotará de herramientas para diseñar políticas de retención y desarrollo profesional que contribuyan a la consolidación de equipos de alto rendimiento, fortaleciendo la capacidad competitiva de las organizaciones en entornos globalizados y digitales.



“

Gestionarás negociaciones laborales, diseñarás paquetes de compensación competitivos y resolverás conflictos de forma 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 RRHH
 - 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 la información y entorno económico

- 6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
 - 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
 - 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
 - 6.3.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital
- 6.4. Dirección de Sistemas de Información
 - 6.4.1. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
 - 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
 - 6.4.3. Directivos Expertos en sistemas de información: roles y funciones
- 6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información
 - 6.5.1. Sistemas de información y estrategia corporativa
 - 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
 - 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
 - 6.6.1. *Business intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC o Cuadro de mando Integral
- 6.7. Explorando la información
 - 6.7.1. SQL: bases de datos relacionales. Conceptos básicos
 - 6.7.2. Redes y comunicaciones
 - 6.7.3. Sistema operacional: modelos de datos normalizados
 - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
 - 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes
- 6.8. *Business Intelligence* empresarial
 - 6.8.1. El mundo del dato
 - 6.8.2. Conceptos relevantes
 - 6.8.3. Principales características
 - 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
 - 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
 - 6.8.6. Ciberseguridad en BI y *Data Science*
- 6.9. Nuevo concepto empresarial
 - 6.9.1. ¿Por qué BI?
 - 6.9.2. Obtención de la información
 - 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
 - 6.9.4. Razones para invertir en BI

- 6.10. Herramientas y soluciones BI
 - 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
 - 6.10.4. 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 *Enterprise Resource Planning* o ERP
- 6.13. Transformación Digital
 - 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
 - 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
 - 6.13.3. Transformación digital en las empresas
- 6.14. Tecnologías y tendencias
 - 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
 - 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
 - 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
 - 6.15.2. *Outsourcing* de TI y su impacto en los negocios
 - 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de *outsourcing* de TI

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- 7.1. Gestión Comercial
 - 7.1.1. Macro Conceptual de la innovación
 - 7.1.2. Tipologías de innovación
 - 7.1.3. Innovación continua y discontinua
 - 7.1.4. Formación e Innovación

- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Innovación y estrategia corporativa
 - 7.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
 - 7.2.3. Talleres de innovación
- 7.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 7.3.1. Metodología *Lean Startup*
 - 7.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
 - 7.3.3. Modalidades de financiación
 - 7.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo Canvas y métricas
 - 7.3.5. Crecimiento y fidelización
- 7.4. Marketing digital y comercio electrónico
- 7.5. *Managing digital business*
- 7.6. Marketing digital para reforzar la marca
- 7.7. Estrategia de Marketing Digital
 - 7.7.1. Oportunidades de innovación
 - 7.7.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
 - 7.7.3. Definición y diseño de los proyectos
 - 7.7.4. Ejecución de los Proyectos
 - 7.7.5. Cierre de Proyectos
- 7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
- 7.9. Gestión de campañas digitales
- 7.10. Plan de marketing online
- 7.11. *Blended marketing*
- 7.12. Estrategia de ventas y de comunicación
- 7.13. Comunicación Corporativa RRHH
- 7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa
- 7.15. Comunicación y reputación digital
 - 7.15.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online
 - 7.15.2. Informe de reputación online
 - 7.15.3. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
 - 7.15.4. *Branding y networking 2.0*

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 8.1. Investigación de Mercados (Dirección comercial)
 - 8.1.1. Dirección de ventas
 - 8.1.2. Estrategia comercial
 - 8.1.3. Técnicas de venta y de negociación
 - 8.1.4. Dirección de equipos de ventas
- 8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
 - 8.2.1. Variables y escalas de medida
 - 8.2.2. Fuentes de información
 - 8.2.3. Técnicas de muestreo
 - 8.2.4. Tratamiento y análisis de los datos
- 8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
 - 8.3.1. Técnicas directas: *Focus Group*
 - 8.3.2. Técnicas antropológicas
 - 8.3.3. Técnicas indirectas
 - 8.3.4. *Two Face Mirror* y método Delphi
- 8.4. Segmentación de mercados
 - 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
 - 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
 - 8.4.3. Tipologías de mercado
 - 8.4.4. Concepto y análisis de la demanda
 - 8.4.5. Segmentación y criterios
 - 8.4.6. Definición de público objetivo
- 8.5. Gestión de proyectos de investigación
 - 8.5.1. Herramientas de análisis de información
 - 8.5.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
 - 8.5.3. Evaluación de viabilidad de proyectos
- 8.6. La investigación de mercados internacionales
 - 8.6.1. Introducción a la investigación de mercados internacionales
 - 8.6.2. Proceso de la investigación de mercados internacionales
 - 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en la Investigación Internacional
- 8.7. Los estudios de viabilidad
 - 8.7.1. Obtención de información de comportamientos y motivos de compra
 - 8.7.2. Análisis y valoración de la oferta competitiva
 - 8.7.3. Estructura y potencial de mercado
 - 8.7.4. Intención de compra
 - 8.7.5. Resultados de Viabilidad
- 8.8. Publicidad
 - 8.8.1. Marketing e impacto en la empresa
 - 8.8.2. Variables básicas del Marketing
 - 8.8.3. Plan de marketing
- 8.9. Desarrollo del plan de Marketing
 - 8.9.1. Análisis y diagnóstico
 - 8.9.2. Decisiones estratégicas
 - 8.9.3. Decisiones operativas
- 8.10. Estrategias de promoción y *Merchandising*
 - 8.10.1. Gestión de la publicidad
 - 8.10.2. Plan de comunicación y medios
 - 8.10.3. El *Merchandising* como técnica de Marketing
 - 8.10.4. *Visual Merchandising*
- 8.11. Planificación de medios
 - 8.11.1. Fuentes de la innovación
 - 8.11.2. Tendencias actuales en Marketing
 - 8.11.3. Herramientas de Marketing
 - 8.11.4. Estrategia de marketing y comunicación con los clientes
- 8.12. Fundamentos de la dirección comercial
 - 8.12.1. Análisis interno y externo. DAFO
 - 8.12.2. Análisis sectorial y competitivo
 - 8.12.3. Modelo Canvas
- 8.13. Negociación comercial
- 8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
- 8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
- 8.16. Implementación de la función comercial
- 8.17. *Key account management*
- 8.18. Gestión financiera y presupuestaria

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- 9.1. Innovación
 - 9.1.1. Macro Conceptual de la innovación
 - 9.1.2. Tipologías de innovación
 - 9.1.3. Innovación continua y discontinua
 - 9.1.4. Formación e Innovación
- 9.2. Estrategia de Innovación
 - 9.2.1. Innovación y estrategia corporativa
 - 9.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
 - 9.2.3. Talleres de innovación
- 9.3. Creación de una *startup*
 - 9.3.1. De la idea al modelo empresarial
 - 9.3.2. Los socios
 - 9.3.3. Consideraciones jurídicas
 - 9.3.4. Organización y cultura
 - 9.3.5. Capital Riesgo y Gestión Emprendedora
- 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
 - 9.4.1. Metodología *Lean Startup*
 - 9.4.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
 - 9.4.3. Modalidades de financiación
 - 9.4.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo Canvas y métricas
 - 9.4.5. Crecimiento y fidelización
- 9.5. Dirección y Gestión de Proyectos
 - 9.5.1. Oportunidades de innovación
 - 9.5.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
 - 9.5.3. Definición y diseño de los proyectos
 - 9.5.4. Ejecución de los Proyectos
 - 9.5.5. Cierre de Proyectos
- 9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación
- 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
- 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
- 9.9. *Project Management* para *Startups*
- 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

Módulo 10. *Management* Directivo

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concepto de General Management
 - 10.1.2. La acción del director general
 - 10.1.3. El director general y sus funciones
 - 10.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 10.2. *Management* Directivo
 - 10.2.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
 - 10.2.2. Management directivo y desarrollo de procesos
 - 10.2.3. Política de Gestión y Procesos
 - 10.2.4. *Society and Enterprise*
 - 10.2.5. *Knowledge Management*
- 10.3. Las personas en las organizaciones
 - 10.3.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
 - 10.3.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
 - 10.3.3. Coaching y gestión de equipos
 - 10.3.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 10.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 10.4.1. Comunicación interpersonal
 - 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 10.4.3. Barreras para la comunicación
- 10.5. Comunicación Personal y Organizacional
 - 10.5.1. La comunicación y objetivos
 - 10.5.2. Aplicar las habilidades de la comunicación
 - 10.5.3. La comunicación en las organizaciones
 - 10.5.4. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 10.5.5. Elaboración de un plan de comunicación corporativo
 - 10.5.6. Departamento de comunicación en la organización
 - 10.5.7. Ventajas de la comunicación interna
 - 10.5.8. Estrategias de comunicación externa
 - 10.5.9. Comunicación Corporativa 2.0
 - 10.5.10. Gestión de crisis en la comunicación

- 10.6. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 10.6.1. Concepto de desarrollo directivo
 - 10.6.2. Concepto de liderazgo
 - 10.6.3. Teorías del liderazgo
 - 10.6.4. Estilos de liderazgo
 - 10.6.5. La inteligencia en el liderazgo
 - 10.6.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 10.7. Liderazgo 2.0
 - 10.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 10.7.2. Motivación
 - 10.7.3. Inteligencia emocional
 - 10.7.4. Capacidades y habilidades del líder 2.0
 - 10.7.5. Reuniones eficaces
- 10.8. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 10.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
 - 10.8.2. Método del Caso
 - 10.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones
- 10.9. Negociación y resolución de conflictos
 - 10.9.1. Técnicas de negociación efectiva
 - 10.9.2. Conflictos interpersonales
 - 10.9.3. Negociación intercultural
- 10.10. Gestión del tiempo
 - 10.10.1. Planificación, organización y control
 - 10.10.2. Metodología de la gestión del tiempo
 - 10.10.3. Planes de acción
 - 10.10.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo



Módulo 11. Dirección estratégica de RRHH

- 11.1. Evolución de los RRHH. Una visión integrada
- 11.2. Pensamiento estratégico y sistema
- 11.3. Planificación y gestión de proyectos del departamento de RRHH
- 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 RRHH

Módulo 12. Proceso de gestión y administración de RRHH

- 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: habilidades
 - 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
- 18.2. El sistema de Seguridad Social
 - 18.2.1. Evolución de la Seguridad Social en España
 - 18.2.2. Composición del sistema
 - 18.2.3. Acción protectora: prestaciones de la Seguridad Social
- 18.3. Régimen económico financiero de la Seguridad Social
- 18.4. Gestión de la Seguridad Social
- 18.5. Personas y contingencias protegidas
 - 18.5.1. Campo de aplicación del sistema
 - 18.5.2. Campo de aplicación del Régimen General
 - 18.5.3. Inscripción de empresarios
 - 18.5.4. Afiliación de trabajadores
 - 18.5.5. Altas y bajas de los trabajadores
 - 18.5.6. Clases de alta
 - 18.5.7. El convenio especial como situación asimilada al alta
 - 18.5.8. Efectos de las altas, bajas y comunicación de datos de los trabajadores
 - 18.5.9. Efectos de los actos indebidos
- 18.6. Personas y contingencias protegidas II
 - 18.6.1. Situaciones protegidas
 - 18.6.2. El accidente de trabajo y la enfermedad profesional
 - 18.6.3. La acción protectora del Sistema de la Seguridad Social

- 18.6.4. Requisitos generales del derecho a las prestaciones contributivas
- 18.6.5. Responsabilidad en el orden a las prestaciones
- 18.6.6. Automatización de las prestaciones
- 18.7. Gestión y financiación (Parte I)
 - 18.7.1. Gestión de la Seguridad Social
 - 18.7.2. Entidades gestoras
 - 18.7.3. Los servicios comunes
 - 18.7.4. La colaboración en la gestión
- 18.8. Gestión y financiación (Parte II)
 - 18.8.1. Régimen económico financiero de la Seguridad Social
 - 18.8.2. Recursos generales de la Seguridad Social
 - 18.8.3. La cotización a la Seguridad Social
 - 18.8.4. Bases y tipos de cotización
 - 18.8.5. Recaudación
- 18.9. Prestaciones económicas: Subsidios y pensiones I
 - 18.9.1. Introducción
 - 18.9.2. Incapacidad temporal
 - 18.9.3. Maternidad
 - 18.9.4. Paternidad
 - 18.9.5. Riesgo durante el embarazo y durante la lactancia
 - 18.9.6. Cuidado de menores afectados por cáncer u otra enfermedad grave
 - 18.9.7. Desempleo
- 18.10. Prestaciones económicas: Subsidios y pensiones II
 - 18.10.1. Introducción
 - 18.10.2. Prestaciones contributivas
 - 18.10.3. Incapacidad permanente
 - 18.10.4. Júbilo
 - 18.10.5. Muerte y supervivencia
 - 18.10.6. Prestaciones no contributivas
 - 18.10.7. Invalidez
 - 18.10.8. Jubilación
 - 18.10.9. Prestaciones familiares

- 18.11. El Sistema de salud. La cartera de servicios y los medicamentos
 - 18.11.1. El sistema de salud y la Seguridad Social
 - 18.11.2. Evolución en la protección del derecho a la salud
 - 18.11.3. El Sistema Nacional de Salud
 - 18.11.4. Cartera común de servicios del Sistema Nacional de Salud
 - 18.11.5. Competencias del Estado y de las Comunidades Autónomas en materia de sanidad
 - 18.11.6. Los medicamentos y la prestación farmacéutica
 - 18.11.7. Asegurados y beneficiarios del derecho a la asistencia sanitaria
 - 18.11.8. Gestión de la prestación
- 18.12. El sistema de asistencia social
 - 18.12.1. Delimitación del concepto. Asistencia social
 - 18.12.2. La asistencia social interna de la Seguridad Social
 - 18.12.3. La asistencia social externa al Sistema de la Seguridad Social
 - 18.12.4. Servicios sociales
 - 18.12.5. El sistema para la autonomía y atención a la dependencia
- 18.13. Planes y fondos de pensiones. Mutualidades de previsión social
 - 18.13.1. Introducción
 - 18.13.2. Las mejoras voluntarias
 - 18.13.3. Las mutualidades de previsión social. Los aviones 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: *e-learning*
 - 19.4.4. Capacitación combinada
- 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. Artículo 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 RRHH

- 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
 - 20.2.2. Contextualización jurídica y social
 - 20.2.3. 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 jubilaciones
 - 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 específicas
- 21.5. Pruebas cualitativas de selección de personal
 - 21.5.1. Juego de roles
 - 21.5.2. Centro de evaluación
 - 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. Incorporación
 - 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
 - 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. Marca del empleador
 - 21.10.1. La marca empleadores y su importancia
 - 21.10.2. Herramientas online de *branding* corporativo (sitio web, 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. Centro de evaluación
 - 22.4.4. Evaluación del proceso de selección por competencias
- 22.5. *eRecruitment, Nethunting y employer branding*
 - 22.5.1. Reputación social y marca empleadora
 - 22.5.2. Reclutamiento en redes sociales
 - 22.5.3. Reclutamiento entrante
 - 22.5.4. Reclutamiento móvil
 - 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. Caza de talentos
 - 22.7.2. Mapeo de puestos
 - 22.7.3. Gestión del talento online
 - 22.7.4. Reclutamiento internacional
- 22.8. Intranet como herramienta de comunicación y selección
 - 22.8.1. Concepto y funcionamiento de una intranet
 - 22.8.2. Tipos de intranet
 - 22.8.3. Implementación de la intranet en procesos de Recursos Humanos
- 22.9. Desarrollo de competencias digitales
 - 22.9.1. Detección de competencias digitales transversales
 - 22.9.2. Capacitación en competencias digitales en el entorno empresarial
- 22.10. Cultura digital y derechos digitales de 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. 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. Variables de retribuciones
 - 23.7.4. Sistemas de control
- 23.8. Aspectos jurídico-laborales de la retribución
 - 23.8.1. Cuadro 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. Concepto y función de la intermediación laboral
 - 24.1.2. El nuevo papel de los servicios públicos de empleo
 - 24.1.3. Discriminación en el acceso al empleo
- 24.2. La intermediación laboral
 - 24.2.1. Principios básicos de la intermediación laboral
 - 24.2.2. Relación entre 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. Análisis de 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. Identificación de yacimientos de empleo

- 24.4. Prospección laboral (II)
 - 24.4.1. Diagnóstico y análisis del mercado laboral
 - 24.4.2. Fases de la prospección: acercamiento a la empresa y plan de captación
 - 24.4.3. Estrategias de fidelización y evaluación de la relación con las empresas
 - 24.4.4. Gestión de la demanda de empleo y acompañamiento empresarial
- 24.5. Actividades de reclutamiento
 - 24.5.1. Tipologías y conceptualización del Reclutamiento
 - 24.5.2. Procedimientos de Reclutamiento en la era digital: *eRecruitment*
 - 24.5.3. Reclutamiento en las entidades colaboradoras de colocación
- 24.6. Itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
 - 24.6.1. Elementos fundamentales de los itinerarios personalizados
 - 24.6.2. Diseño y elaboración de itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
 - 24.6.3. Consideraciones especiales para colectivos con dificultades de inserción
- 24.7. Régimen sancionador en materia de intermediación
 - 24.7.1. Sanciones relacionadas con el Reclutamiento de mano de obra irregular, orientación y colocación
 - 24.7.2. Régimen sancionador en materia de formación
- 24.8. Cesión ilegal de trabajadores: marco normativo
 - 24.8.1. Evolución del concepto de cesión ilegal y su identificación actual
 - 24.8.2. Casos de cesiones ilegales interempresariales
 - 24.8.3. Consecuencias legales de la cesión ilícita
- 24.9. Colaboración público-privada en la intermediación laboral
 - 24.9.1. Modelos europeos de colaboración público-privada
 - 24.9.2. Impacto del Acuerdo Marco de colaboración público-privada tras la reforma laboral
 - 24.9.3. 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. Agencias de colocación telemáticas y su impacto en la intermediación laboral
 - 24.10.2. Movilidad laboral y globalización en las políticas de empleo
 - 24.10.3. Evolución de la prospección laboral en la era digital
 - 24.10.4. 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 y su impacto en la productividad
 - 25.2.3. Técnicas de resolución de conflictos
- 25.3. Estrategias personales de control de estrés
 - 25.3.1. Conceptos básicos del estrés y su funcionalidad en la supervivencia
 - 25.3.2. Diferenciación entre estrés y distrés
 - 25.3.3. Estrategias cognitivas, conductuales y emocionales para el control del estrés
- 25.4. Planificación y control de proyectos
 - 25.4.1. Gestión del alcance del proyecto
 - 25.4.2. Gestión del cronograma y planificación de tareas
 - 25.4.3. Gestión de costos y optimización presupuestaria
- 25.5. Gestión de la calidad del proyecto
 - 25.5.1. Planificación, aseguramiento y control de calidad: normativas aplicables
 - 25.5.2. Gestión de riesgos y herramientas técnicas para su mitigación
- 25.6. Gestión de personas en proyectos
 - 25.6.1. Liderazgo y gestión de equipos en el ámbito de los Recursos Humanos
 - 25.6.2. Responsabilidad empresarial y ética en la gestión de proyectos
- 25.7. Aspectos legales en la gestión de proyectos
 - 25.7.1. Gestión de la contratación y normativas aplicables
 - 25.7.2. Planificación del ciclo de compras y adquisiciones
 - 25.7.3. Administración de contratos y adquisiciones



- 25.8. Financiación de proyectos
 - 25.8.1. Análisis económico-financiero y evaluación del riesgo
 - 25.8.2. Mecanismos de financiación empresarial
 - 25.8.3. Gestión financiera de programas: presupuesto, control y cierre del programa
- 25.9. Comunicación y venta de proyectos
 - 25.9.1. Estrategias de comunicación y gestión de *stakeholders*
 - 25.9.2. Técnicas de venta y presentación de proyectos
- 25.10. Evaluación de la calidad y tendencias en dirección de proyectos
 - 25.10.1. Gestión del conocimiento en la dirección de proyectos
 - 25.10.2. Normativas internacionales aplicables: ISO 10006 y UNE 412001
 - 25.10.3. Metodología Tiwana y su aplicación en la gestión del conocimiento

“Aprovecharás el sistema *Relearning* de este *Grand Master* para estudiar a tu medida, sin horarios fijos ni restricciones externas”

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. De este modo, podrán diseñar procesos integrales para atraer y retener talento altamente cualificado, evaluar candidatos de forma objetiva, gestionar equipos diversos y alinear las políticas de Recursos Humanos con los objetivos organizacionales. Además, desarrollarán habilidades para implementar prácticas innovadoras, fomentar un clima laboral positivo y fortalecer la cultura corporativa, impulsando así el éxito empresarial.





“

*Fomentarás un ambiente de trabajo
inclusivo y diverso, asegurando
igualdad de oportunidades y
potenciando el talento sin barreras”*



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



Llevarás tu carrera al siguiente nivel: convierte tu visión estratégica en resultados concretos dentro del área de RRHH y Reclutamiento”



Objetivos específicos

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

- ♦ Aplicar principios de liderazgo ético en la gestión de empresas creativas
- ♦ Desarrollar estrategias de responsabilidad social corporativa en industrias creativas

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

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

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

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

Módulo 4. Dirección económico-financiera

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

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

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

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

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

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

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

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

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

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

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

Módulo 10. Management Directivo

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

Módulo 11. Dirección estratégica de RRHH

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

Módulo 12. Proceso de gestión y administración de RRHH

- ♦ Diseñar y optimizar procesos eficientes de selección, formación y gestión de personal, garantizando su alineación con la estrategia empresarial
- ♦ Implementar políticas y procedimientos para la administración efectiva de los Recursos Humanos, incluyendo la compensación y beneficios

Módulo 13. Comportamiento organizacional

- ♦ Analizar las dinámicas de comportamiento dentro de la organización para crear ambientes de trabajo más colaborativos y eficientes
- ♦ Aplicar teorías del comportamiento organizacional para mejorar la motivación, el compromiso y la productividad de los empleados

Módulo 14. Executive coaching

- ♦ Utilizar técnicas de coaching ejecutivo para desarrollar el potencial de los líderes y mejorar sus habilidades de gestión y liderazgo
- ♦ Implementar estrategias de coaching para fortalecer el desempeño individual y grupal en el entorno organizacional

Módulo 15. Comunicación estratégica

- ♦ Desarrollar habilidades en la comunicación interna y externa para fortalecer la imagen corporativa y mejorar la cohesión organizacional
- ♦ Implementar estrategias de comunicación que promuevan la transparencia, la confianza y el alineamiento de objetivos en todos los niveles de la empresa

Módulo 16. Transformación de los Recursos Humanos en la era digital

- ♦ Implementar herramientas digitales y tecnologías emergentes para transformar la gestión de los Recursos Humanos y mejorar la eficiencia organizacional
- ♦ Desarrollar e integrar plataformas tecnológicas que optimicen los procesos de Reclutamiento, formación y gestión de desempeño en un entorno digital

Módulo 17. Psicología del trabajo y de las organizaciones

- ♦ Comprender los factores psicológicos que influyen en el desempeño laboral
- ♦ Aplicar teorías organizacionales para mejorar el clima y cultura empresarial

Módulo 18. Seguridad Social

- ♦ Analizar el marco normativo de la seguridad social en el ámbito laboral
- ♦ Implementar estrategias de protección y bienestar para los trabajadores



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

- ♦ Diseñar estrategias de gestión de talento alineadas con los objetivos empresariales
- ♦ Aplicar modelos de gestión del capital humano para la optimización del desempeño

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

- ♦ Diseñar políticas de inclusión y equidad en el ámbito laboral
- ♦ Implementar estrategias para la gestión de equipos diversos y multiculturales

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

- ♦ Aplicar técnicas avanzadas de evaluación y selección de talento
- ♦ Utilizar herramientas psicométricas y entrevistas estructuradas en la selección

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

- ♦ Implementar estrategias de Reclutamiento digital y marca empleadora
- ♦ Analizar el impacto de la inteligencia artificial en la Selección de Personal

Módulo 23. Gestión de desempeño y política retributiva

- ♦ Diseñar sistemas de evaluación del desempeño laboral
- ♦ Elaborar estrategias de compensación y beneficios para la retención del talento

Módulo 24. Gestión de políticas en intermediación laboral

- ♦ Analizar el impacto de las políticas de empleo en la gestión empresarial
- ♦ Implementar programas de intermediación laboral efectivos

Módulo 25. Productividad personal y gestión de proyectos

- ♦ Aplicar metodologías ágiles en la gestión de proyectos
- ♦ Optimizar la productividad personal mediante técnicas de gestión del tiempo

05

Salidas profesionales

Al culminar este Grand Master MBA, los profesionales obtendrán un conocimiento integral y actualizado sobre las tácticas más eficaces para atraer, evaluar y seleccionar talento diverso en entornos globales y competitivos. De igual forma, fortalecerán habilidades clave para diseñar procesos de captación innovadores, alineados con los objetivos estratégicos de la organización y las tendencias de Reclutamiento digital. Asimismo, los Expertos impulsarán prácticas inclusivas que promuevan la participación equitativa de todos los candidatos. De este modo, los especialistas ampliarán su proyección profesional, asumirán roles estratégicos como Gerente de Adquisición de Talento y contribuirán a consolidar equipos de alto rendimiento.



“

Optimizarás la satisfacción laboral asesorando integralmente a las empresas en la implementación de técnicas efectivas para potenciar el compromiso de sus empleados”

Perfil del egresado

El egresado de esta titulación universitaria es un profesional altamente capacitado para gestionar el talento y las necesidades de personal en organizaciones de diferentes sectores y tamaños. Posee un conocimiento profundo de estrategias avanzadas para el Reclutamiento, la selección y la retención, junto con metodologías inclusivas y herramientas tecnológicas innovadoras aplicadas a la gestión de Recursos Humanos. Además, tiene la capacidad para diseñar, ejecutar y supervisar planes completos de adquisición y desarrollo de talento, adaptados a las características y objetivos específicos de cada organización. También está preparado para liderar procesos que mejoren el compromiso y la productividad del equipo humano, alineando estas acciones con la visión estratégica de la empresa.

Diseñarás estrategias que potencien la eficiencia organizacional, fomenten el desarrollo profesional de los colaboradores y promuevan 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 programa universitario, 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.
- 10. Analista de Inteligencia de Talento:** Encargado de recolectar, analizar e interpretar datos relacionados con el capital humano para apoyar la toma de decisiones estratégicas en Reclutamiento, retención y desarrollo organizacional, aplicando metodologías cuantitativas y herramientas digitales avanzadas.



Gestionarás métricas clave de Recursos Humanos para respaldar decisiones estratégicas y detectar oportunidades de mejora en la gestión del talento”

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.

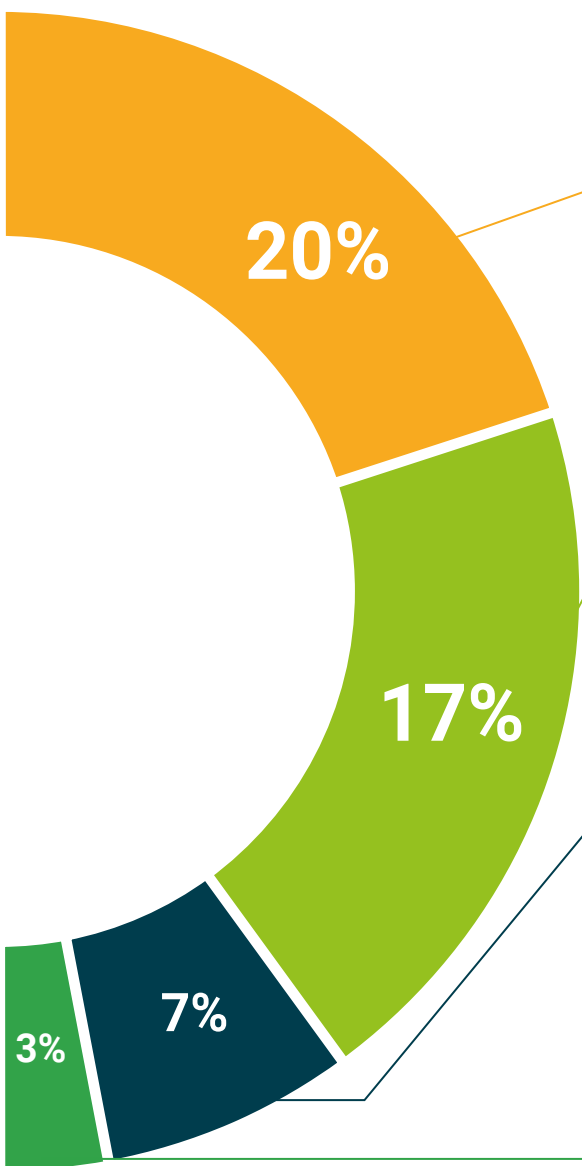
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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 ofrecer programas universitarios completos y actualizados en el ámbito educativo, por lo que selecciona con rigor a sus claustros docentes. Para este Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento, se contó con especialistas destacados en el área. Gracias a ello, se han elaborado materiales didácticos de alta calidad, alineados con las demandas actuales del mercado laboral. Este programa universitario brinda una experiencia intensiva que amplía las oportunidades profesionales y fortalece competencias estratégicas y operativas en el área del talento humano. Su diseño prepara líderes para afrontar retos globales, desarrollando habilidades clave con un enfoque integral que favorece el desarrollo organizacional sostenible.





“

Accederás a un plan de estudios diseñado por especialistas con trayectoria en Recursos Humanos y Reclutamiento, que potenciarán tus competencias para liderar procesos clave en tu organización”

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 tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

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



D. Arman, Romi

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



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 *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhagen
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhagen

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



D. 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



Dr. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

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

Profesores

Dra. Ruíz Rodríguez, Raquel

- ♦ Directora en Rétate Consultora, Escuela Talento y Ciencia
- ♦ Colaboradora de radio en el programa Rompiendo las Reglas
- ♦ Directora de Desarrollo de Carreras Profesionales
- ♦ HR Manager en Bureau Veritas
- ♦ Doctorado en Liderazgo Empresarial por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster Oficial de *Neuromanagement* por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster Nivel Oro en Coaching por el IEC
- ♦ Máster en Recursos Humanos por IMF
- ♦ Licenciada en Relaciones Laborales por la Universidad de Valencia

Dña. Lago Burgos, Iria

- ♦ Responsable de Comunicación en Grupo Obremo
- ♦ Comunicación, Marketing y Eventos en Innova&acción
- ♦ Coordinadora en Comunicación Corporativa y Marketing en Trabajando.com
- ♦ *Social Media Manager & Content Creator* en MaDI
- ♦ Protocolo Avanzado en *Communication, Marketing and Protocol*
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos III

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 Coherentis
- ♦ Consultora de Talento Digital en Talentttics
- ♦ Consultora de Reclutamiento Internacional en Grupo Binternacional
- ♦ 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

D. González Peña, Alexis José

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

08 Titulación

El 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 Universidad.



“

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

Este **MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

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

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

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

Aval/Membresía



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

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

Duración: **2 años**



C. _____, 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 esta Universidad con una duración de 3.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

En Ciudad de México, a 31 de mayo de 2024


Mtro. Gerardo Daniel Orozco Martínez
Rector

código único TECH: AFWOR238 technute.com/titulos



Grand Master MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter	Curso	Materia	Horas	Carácter
1ª	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	120	OB	2ª	Comportamiento organizacional	120	OB
1ª	Dirección estratégica y Management Directivo	120	OB	2ª	Executive coaching	120	OB
1ª	Dirección de personas y gestión del talento	120	OB	2ª	Comunicación estratégica	120	OB
1ª	Dirección económico-financiera	120	OB	2ª	Transformación de los Recursos Humanos en la era digital	120	OB
1ª	Dirección de operaciones y logística	120	OB	2ª	Psicología del trabajo y de las organizaciones	120	OB
1ª	Dirección de sistemas de información	120	OB	2ª	Seguridad Social	120	OB
1ª	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa	120	OB	2ª	Dirección y gestión de la formación en la empresa	120	OB
1ª	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial	120	OB	2ª	Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RRHH	120	OB
1ª	Innovación y Dirección de Proyectos	120	OB	2ª	Selección de personas (I): metodologías cuantitativas y cualitativas	120	OB
1ª	Management Directivo	120	OB	2ª	Selección de personas (II): era digital	120	OB
1ª	Dirección estratégica de RRHH	120	OB	2ª	Gestión de desempeño y política retributiva	120	OB
1ª	Proceso de gestión y administración de RRHH	120	OB	2ª	Gestión de políticas en intermediación laboral	120	OB
				2ª	Productividad personal y gestión de proyectos	120	OB



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



Grand Master

MBA en Recursos Humanos,
Experto en Reclutamiento

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

Grand Master

MBA en Recursos Humanos, Experto en Reclutamiento

Aval/Membresía

A diagonal background image showing a person's hands typing on a keyboard and using a mouse at a desk. The image is split diagonally from the bottom-left to the top-right, with the top-right portion being a lighter, more visible part of the scene and the bottom-left portion being a darker, more blurred part.

tech
universidad