Máster Título Propio

Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital

Aval/Membresía

ebea

Economics, Business
and Enterprise Association

tech global university

tech global university

Máster Título Propio
Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-creacion-emprendimiento-empresa-digital**

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. 22

05 Salidas profesionales — pág. 28

06 Metodología de estudio — pág. 32

07 Cuadro docente — pág. 42

08 Titulación — pág. 46

01

Presentación del programa

En un contexto global marcado por la aceleración tecnológica y la transformación digital de los modelos de negocio, la formación especializada en creación y emprendimiento de empresas digitales se ha convertido en una prioridad estratégica para instituciones académicas de todo el mundo. De acuerdo con informes del *World Economic Forum* y la *OECD*, las habilidades vinculadas al emprendimiento digital, la innovación tecnológica y la gestión ágil de proyectos son cada vez más demandadas por los ecosistemas empresariales, especialmente en mercados emergentes y sectores altamente competitivos. En respuesta a esta necesidad, TECH ha diseñado este posgrado 100% online que ofrecerá un enfoque integral, combinando conocimientos en modelos de negocio digitales, gestión estratégica, tecnologías disruptivas y liderazgo emprendedor.

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

En la actualidad, el entorno empresarial experimenta una profunda transformación impulsada por la digitalización, la automatización y el cambio en los hábitos de consumo. En este contexto, surge la necesidad de contar con líderes capaces de crear, desarrollar y consolidar negocios digitales desde una perspectiva estratégica, innovadora y sostenible.

Para responder a este reto, TECH ha diseñado este Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital que capacitará a los profesionales para afrontar con éxito los desafíos del ecosistema digital y liderar proyectos empresariales en entornos altamente competitivos y en constante evolución. A través de un plan de estudios integral, se profundizará en aspectos clave del emprendimiento digital, entre ellos, el diseño de modelos de negocio escalables, el uso de metodologías ágiles, la gestión financiera en entornos digitales, la innovación disruptiva o la captación de inversores. Además, se abordarán contenidos esenciales sobre transformación digital, experiencia del cliente (CX), *e-commerce*, liderazgo estratégico y herramientas digitales para la automatización de procesos. Todo ello, con un enfoque integral, dinámico y alineado con las necesidades actuales del mercado global.

Por otro lado, esta titulación universitaria contará con una modalidad 100% online, lo que permite al alumnado avanzar a su ritmo, sin renunciar a sus responsabilidades personales o laborales. A su vez, TECH implementará la metodología *Relearning*, basada en la reiteración inteligente de los contenidos clave, lo que optimiza la comprensión, retención y aplicación práctica del conocimiento en contextos reales. Como adición, un reputado Director Invitado Internacional impartirá 10 exhaustivas *Masterclasses*.

Gracias a la membresía en la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, el egresado accederá a publicaciones, recursos digitales y seminarios online para mantenerse actualizado. Asimismo, podrá participar en conferencias anuales y optar al reconocimiento profesional EBEA, impulsando su crecimiento y excelencia profesional en economía y negocios.

Este **Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la dirección de Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Un prestigioso Director Invitado Internacional ofrecerá 10 rigurosas Masterclasses para ahondar en la Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital"

Dominarás las estrategias clave del Emprendimiento Digital a través de casos prácticos que te permitirán aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones reales”

Implementarás campañas de Marketing Digital efectivas, utilizando herramientas de análisis web para atraer clientes.

El característico sistema online de este plan de estudios te permitirá capacitarte a tu medida sin depender de condicionantes externos.

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

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

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

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

El mejor claustro docente top internacional

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

La mayor universidad digital del mundo

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

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

Un método de aprendizaje único

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

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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

Google Partner Premier

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

El plan de estudios de este Máster Título Propio ha sido diseñado por expertos en Emprendimiento y gestión empresarial, lo que ofrecerá un enfoque integral sobre la creación y dirección de negocios digitales. A través de módulos clave, el alumnado analizará el entorno empresarial, explorando conceptos como los sistemas organizativos, subsistemas de empresa y herramientas de análisis estratégico. Además, profundizarán en liderazgo, planificación empresarial y toma de decisiones, adquiriendo habilidades para gestionar recursos humanos y estructuras organizativas.

Gracias a este completísimo temario, sabrás gestionar la experiencia del cliente en plataformas digitales, creando interfaces eficientes para los usuarios"

Módulo 1. Administración de empresas: introducción y organización

1.1. La empresa y sus elementos
- 1.1.1. El concepto de empresa
- 1.1.2. Funciones y clasificaciones de objetivos empresariales
- 1.1.3. El empresariado
- 1.1.4. Tipos de empresa

1.2. La empresa como sistema
- 1.2.1. Conceptos del sistema
- 1.2.2. Los modelos
- 1.2.3. Subsistema de la empresa
- 1.2.4. Subsistema de valores

1.3. El entorno de la empresa
- 1.3.1. Entorno y valor
- 1.3.2. Entorno general
- 1.3.3. Entorno específico
- 1.3.4. Herramientas de análisis

1.4. La función directiva
- 1.4.1. Conceptos básicos
- 1.4.2. Qué es dirigir
- 1.4.3. La toma de decisiones
- 1.4.4. El liderazgo

1.5. La planificación empresarial
- 1.5.1. Plan empresarial
- 1.5.2. Elementos de la planificación
- 1.5.3. Etapas
- 1.5.4. Herramientas de planificación

1.6. El control empresarial
- 1.6.1. Conceptos, tipos y terminología
- 1.6.2. Control de gestión
- 1.6.3. Control de calidad
- 1.6.4. Cuadro de mando integral

1.7. La organización empresarial
- 1.7.1. Conceptos básicos
- 1.7.2. Estructura organizativa
- 1.7.3. Dimensiones culturales
- 1.7.4. Modelos estructurales

1.8. Dirección de Recursos Humanos
- 1.8.1. Motivación
- 1.8.2. Reclutamiento y selección
- 1.8.3. Formación del personal
- 1.8.4. Evaluación del rendimiento

1.9. Elementos del marketing y finanzas
- 1.9.1. Concepto y etapas
- 1.9.2. Marketing y mercados
- 1.9.3. Marketing estratégico
- 1.9.4. Relación y sinergias

Módulo 2. Introducción a las TIC

2.1. Sistemas de Información: características, función y tipologías
- 2.1.1. Introducción a las TIC
- 2.1.2. Principios
- 2.1.3. Características
- 2.1.4. Inicios
- 2.1.5. Ventajas y desventajas
- 2.1.6. Tipologías
- 2.1.7. Tipologías de los sistemas de información
- 2.1.8. Procesos de negocio

2.2. Sistemas de Información: influencia, ventaja competitiva y estrategias basadas en redes y web 2.0
- 2.2.1. Influencia de las TIC
- 2.2.2. Actuales
- 2.2.3. Globales
- 2.2.4. Ventajas competitivas
- 2.2.5. Estrategias basadas en web 2.0
- 2.2.6. Estrategias de redes

2.3. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)
- 2.3.1. Componentes
- 2.3.2. Concepto
- 2.3.3. Tipos de componentes
- 2.3.4. Aplicaciones
- 2.3.5. Evolución de la infraestructura
- 2.3.6. Historia
- 2.3.7. Situación actual y desarrollo
- 2.3.8. La administración de la infraestructura de las TIC
- 2.3.9. Impulsores
- 2.3.10. Administración

2.4. Hardware y Tendencias en el hardware
- 2.4.1. El hardware
- 2.4.2. Concepto
- 2.4.3. Evolución del hardware
- 2.4.4. Clasificación del hardware y el software
- 2.4.5. Tendencias en el hardware
- 2.4.6. Procesador de datos
- 2.4.7. Aceleración en los procesos
- 2.4.8. Almacenamiento de datos procesados
- 2.4.9. Visualización gráfica

2.5. Integración de las plataformas de procesamiento y telecomunicaciones
- 2.5.1. Integración
- 2.5.2. Conceptualización
- 2.5.3. Evolución
- 2.5.4. Interdependencia empresarial
- 2.5.5. Integración y competición
- 2.5.6. Herramientas de integración
- 2.5.7. BIG DATA

2.6. Modalidades de procesamiento, virtualización y procesadores multinúcleo
- 2.6.1. Diferentes modelos
- 2.6.2. Sistemas de múltiples procesadores
- 2.6.3. Concepto de procesamiento
- 2.6.4. La Virtualización
- 2.6.5. Requerimientos
- 2.6.6. Hipervisores
- 2.6.7. Paravirtualización

2.7. El software y las plataformas de software
- 2.7.1. El software
- 2.7.2. Contexto
- 2.7.3. Conceptos y definiciones
- 2.7.4. Aplicaciones
- 2.7.5. Plataformas de software
- 2.7.6. Plataformas actuales
- 2.7.7. Evolución de las plataformas

2.8. El lenguaje Java y la integración de aplicaciones empresariales
- 2.8.1. El lenguaje Java
- 2.8.2. Conceptos
- 2.8.3. Características
- 2.8.4. Puntos más destacados
- 2.8.5. Arquitectura de las aplicaciones empresariales
- 2.8.6. Concepto
- 2.8.7. La integración en las empresas
- 2.8.8. *Trascoding*
- 2.8.9. Adaptación semántica de contenidos

2.9. Redes: Redes corporativas y tecnologías de conectividad
- 2.9.1. Redes corporativas y tecnologías de la conectividad
- 2.9.2. Transformación
- 2.9.3. Conectividad en la empresa
- 2.9.4. Soluciones de conectividad
- 2.9.5. Tipos y medios de transmisión
- 2.9.6. Concepto y definiciones
- 2.9.7. Mapas de transmisiones

2.10. Internet, la Web, la Web 2.0 y la Web 3.0
- 2.10.1. ¿Qué es Internet?
- 2.10.2. Conceptualización
- 2.10.3. Aplicaciones
- 2.10.4. Web 1.0
- 2.10.5. Conceptualización
- 2.10.6. Contenidos estáticos
- 2.10.7. La divulgación
- 2.10.8. Web 2.0
- 2.10.9. Conceptualización
- 2.10.10. Contenidos dinámicos
- 2.10.11. El desarrollo
- 2.10.12. Web 3.0
- 2.10.13. Conceptualización
- 2.10.14. Contenidos multidispositivo
- 2.10.15. La web inteligente

2.11. Herramientas empresariales para comunicación y coordinación
- 2.11.1. Herramientas empresariales
- 2.11.2. La dirección a distancia
- 2.11.3. Planificar la comunicación
- 2.11.4. Métodos de coordinación
- 2.11.5. La coordinación internacional
- 2.11.6. Concepto online

2.12. Organización tradicional de archivos, sistemas de gestión y almacenes de datos y minería de datos
- 2.12.1. Almacenamiento de datos
- 2.12.2. Análisis de datos
- 2.12.3. Tipos de almacenamiento
- 2.12.4. Tipo de información almacenable
- 2.12.5. Variabilidad de datos
- 2.12.6. Sistemas de gestión de datos
- 2.12.7. Cuadro de mando integral
- 2.12.8. Procesos de planificación
- 2.12.9. Indicadores de gestión

2.12.10. Minería de datos
2.12.11. Concepto
2.12.12. Teoría de la complejidad computacional
2.12.13. Tendencias
2.13. Sistemas de Empresa: sistemas de gestión empresarial y sistemas de ayuda a la toma de decisiones
2.13.1. Sistema de soporte de decisiones
2.13.2. Sistemas de ayuda: DSS
2.13.3. La toma de decisiones en base a la gestión de datos
2.13.4. Procesos de gestión empresarial
2.13.5. Conceptos de gestión
2.13.6. Etapas del proceso
2.14. Comercio electrónico
2.14.1. Significado de comercio electrónico
2.14.2. Concepto
2.14.3. B2B
2.14.4. Implicaciones
2.14.5. Retos del comercio electrónico
2.14.6. Principales tipos de comercio electrónico
2.14.7. Tipos de comercio electrónico
2.14.8. Mercados de comercio
2.14.9. La evolución y repercusión
2.14.10. Expansión
2.14.11. Repercusión global

Módulo 3. Contabilidad financiera

3.1. Elementos y formulación de las cuentas anuales
3.1.1. Balance de situación, cuenta de pérdidas y ganancias y memoria
3.1.2. Estado de cambios en el patrimonio neto
3.1.3. Estado de flujos de efectivo
3.1.4. Normas para la formulación de las cuentas anuales
3.1.5. Modelos para los estados financieros
3.2. Criterios de valoración
3.2.1. Coste histórico
3.2.2. Valor razonable
3.2.3. Valor neto realizable
3.2.4. Valor en uso
3.2.5. Valor contable o en libros
3.2.6. Contabilidad creativa
3.3. Inmovilizado material e intangible
3.3.1. Normativa y formas de adquisición
3.3.2. Amortizaciones
3.3.3. Pérdidas por deterioro de valor o enajenación
3.3.4. Inversiones inmobiliarias
3.4. Instrumentos financieros
3.4.1. Activos financieros
3.4.2. Pasivos financieros
3.4.3. Valoración, identificación y gestión de riesgos
3.4.4. Operaciones de cobertura y de negociación
3.4.5. Contabilidad de los Instrumentos de Capital
3.5. Estudio y valoración de fondos propios
3.5.1. El patrimonio neto en el balance
3.5.2. Subvenciones, donaciones y legados
3.5.3. Fondos propios y ajustes por cambios de valor
3.6. Operaciones de reestructuración
3.6.1. Fusiones
3.6.2. Escisiones
3.6.3. Aportaciones no dinerarias
3.6.4. Canjes de valor
3.7. Impuesto sobre beneficios
3.7.1. Estructura del Impuesto sobre Sociedades
3.7.2. Cálculo y contabilización del gasto devengado por el Impuesto sobre Sociedades
3.7.3. Diferencias permanentes y temporarias
3.8. Contabilidad en moneda extranjera
3.8.1. Moneda funcional y moneda de presentación
3.8.2. Valoración de partidas monetarias y no monetarias
3.8.3. Diferencias temporarias en operaciones realizadas en moneda extranjera

Módulo 4. Dirección comercial I

4.1. Investigación de mercados
- 4.1.1. Conducta del consumidor
- 4.1.2. Técnicas de investigación de mercados
- 4.1.3. Herramientas para el análisis de datos
- 4.1.4. Alcances y limitaciones

4.2. Publicidad
- 4.2.1. La importancia de la publicidad para la empresa
- 4.2.2. Experiencia de compra
- 4.2.3. Publicidad en medios digitales

4.3. Planificación de medios
- 4.3.1. Audiencias y mercado publicitario
- 4.3.2. Selección de medios y soportes
- 4.3.3. Medición de la eficacia

4.4. Dirección comercial
- 4.4.1. Análisis interno y externo. DAFO
- 4.4.2. Análisis sectorial y competitivo
- 4.4.3. Modelo CANVAS

Módulo 5. Dirección de empresas

5.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 5.1.1. Funciones del directivo
- 5.1.2. La estrategia de la dirección
- 5.1.3. Cultura organizacional

5.2. Proceso de gestión del cambio
- 5.2.1. Tipos
- 5.2.2. Resistencia
- 5.2.3. Estimulación a la innovación
- 5.2.4. Modelos de gestión

5.3. La toma de decisiones
- 5.3.1. El proceso de toma de decisiones y gestión
- 5.3.2. Estilos de gestión
- 5.3.3. Tipos de decisiones

5.4. La planificación estratégica
- 5.4.1. Objetivos
- 5.4.2. Métodos
- 5.4.3. Planificación de entornos dinámicos

5.5. El proceso de dirección estratégica
- 5.5.1. Tipos de procesos
- 5.5.2. Misión y análisis de los procesos
- 5.5.3. Implementación de los procesos y evaluación

5.6. La estructura organizacional
- 5.6.1. Conceptos generales
- 5.6.2. Estructuras mecanicistas
- 5.6.3. Estructuras orgánicas

5.7. Diseños organizacionales
- 5.7.1. Propósitos de la organización
- 5.7.2. Factores de contingencia
- 5.7.3. Tipos de diseño

5.8. Desarrollo y desempeño de grupos
- 5.8.1. Definiciones y conceptos generales
- 5.8.2. Grupos eficientes
- 5.8.3. Grupos globales

5.9. La comunicación en la empresa
- 5.9.1. Función de la comunicación en la empresa
- 5.9.2. Métodos de comunicación
- 5.9.3. Influencia de las TIC

5.10. Comunicación interpersonal y organizacional
- 5.10.1. Conceptos básicos
- 5.10.2. Comunicación interpersonal
- 5.10.3. Comunicación organizacional

5.11. La motivación en la empresa
- 5.11.1. Concepto y aplicación de la motivación
- 5.11.2. Teorías de la motivación
- 5.11.3. Implementación de la motivación

5.12. El liderazgo en la empresa
- 5.12.1. Teorías de contingencia
- 5.12.2. Tipos de liderazgo
- 5.12.3. Implementación del liderazgo en la empresa

5.13. El control de operaciones
- 5.13.1. Conceptos del control y el control de gestión
- 5.13.2. Procesos del control
- 5.13.3. Medición y evaluación

5.14. Gestión del control de operaciones
- 5.14.1. Herramientas para el control
- 5.14.2. Sistemas de corrección
- 5.14.3. Ventajas y problemas del control de operaciones

5.15. Dirección de operaciones
- 5.15.1. Importancia de la dirección
- 5.15.2. La cadena de valor
- 5.15.3. Gestión de calidad

Módulo 6. Régimen fiscal de la empresa

6.1. Concepto y características del tributo
6.2. La relación jurídica tributaria y las obligaciones tributarias
6.3. La exención, no sujeción, devengo y exigibilidad
6.4. Elementos esenciales de las obligaciones tributarias
6.5. El sistema Tributario y la clasificación de impuestos
6.6. Cálculo del impuesto sobre sociedades
6.7. Los regímenes especiales
6.8. Determinación del IRPF
6.9. El IVA
6.10. Obligaciones

Módulo 7. Estrategias de marketing digital

7.1. Administración de negocios digitales
- 7.1.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
- 7.1.2. Diseño y creación de un plan de mercadotecnia digital
- 7.1.3. Planificación y contratación de medios digitales
- 7.1.4. Análisis del ROI en un plan de mercadotecnia digital

7.2. Mercadotecnia digital para reforzar la marca
- 7.2.1. Contenido de la marca y *storytelling*
- 7.2.2. Hipersegmentación
- 7.2.3. Videomarketing
- 7.2.4. Ventas sociales

7.3. Definir la estrategia de mercadotecnia digital
- 7.3.1. *Closed Loop Marketing*
- 7.3.2. *Continuous Loop Marketing*
- 7.3.3. *Multichannel Marketing*

7.4. Mercadotecnia digital para captar y fidelizar clientes
- 7.4.1. Hipersegmentación y Microlocalización
- 7.4.2. Estrategias de fidelización y vinculación a través de internet
- 7.4.3. Administración de la relación del visitante

7.5. Tendencias en la Mercadotecnia Digital
- 7.5.1. Digital Neuromarketing
- 7.5.2. Avatar marketing
- 7.5.3. *Bluecasting*

7.6. Gestión de campañas digitales
- 7.6.1. Display advertising y rich media
- 7.6.2. Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización
- 7.6.3. Publicidad en Televisión Digital

7.7. Plan de mercadotecnia en línea
- 7.7.1. Investigación en línea
- 7.7.2. Creación del plan de mercadotecnia en línea
- 7.7.3. Configuración y activación
- 7.7.4. Lanzamiento y gestión

7.8. *Blended* marketing
- 7.8.1. Integrando acciones *on* y *off*
- 7.8.2. Personalizar y segmentar
- 7.8.3. Mejorar la experiencia de usuario

Módulo 8. Tecnología e información en la empresa digital

8.1. Entornos tecnológicos
- 8.1.1. El ambiente tecnológico
- 8.1.2. Funcionamiento e importancia de las TI en la compañía
- 8.1.3. Necesidades y áreas de oportunidad

8.2. Dirección de sistemas de información
- 8.2.1. Sistemas de información empresarial
- 8.2.2. Decisiones estratégicas
- 8.2.3. Rol del CIO

8.3. Planificación estratégica de Sistemas de Información
- 8.3.1. El proceso de planificación estratégica
- 8.3.2. Formulación de la estrategia de SI
- 8.3.3. Plan de implantación de la estrategia

8.4. Sistemas de información e inteligencia de negocios
- 8.4.1. CRM e inteligencia de negocios
- 8.4.2. Gestión de Proyectos en inteligencia de negocios
- 8.4.3. Arquitectura de inteligencia de negocios

8.5. Aplicaciones de gestión corporativa
- 8.5.1. Análisis de empresa y sectores industriales
- 8.5.2. Modelos de negocio basados en internet
- 8.5.3. El valor de la IT en la empresa

8.6. Transformación digital
- 8.6.1. Modelos de negocio de base tecnológica
- 8.6.2. Capacidades para innovar
- 8.6.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

8.7. Tecnologías y tendencias
- 8.7.1. Estrategias de Comercio Electrónico
- 8.7.2. Estrategias en social media
- 8.7.3. Modelos de Comercio Electrónico

8.8. Outsourcing de Tecnologías de la Información
- 8.8.1. Determinación de objetivos en TI
- 8.8.2. Selección de proveedores

Módulo 9. Creación y gestión de empresas en el entorno digital

9.1. Entorno económico global
- 9.1.1. Fundamentos de la economía global
- 9.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
- 9.1.3. Emprendimiento y nuevos mercados

9.2. Finanzas corporativas
- 9.2.1. Política financiera y crecimiento
- 9.2.2. Métodos de valoración de empresas
- 9.2.3. Estructura de capital y apalancamiento financiero

9.3. Análisis económico de decisiones
- 9.3.1. Control Presupuestario
- 9.3.2. Análisis de la competencia
- 9.3.3. Análisis comparativo
- 9.3.4. Toma de decisiones
- 9.3.5. La inversión o desinversión empresarial

9.4. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
- 9.4.1. Evolución del modelo de IT
- 9.4.2. Organización y Departamento IT
- 9.4.3. Tecnologías de la información y entorno económico

9.5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
- 9.5.1. Creación de valor para clientes y accionistas
- 9.5.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
- 9.5.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital

9.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
- 9.6.1. *Business Intelligence*
- 9.6.2. *Data Warehouse*
- 9.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral

9.7. Estrategia digital
- 9.7.1. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
- 9.7.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
- 9.7.3. Estrategia e internet

9.8. Modelos de negocio basados en internet
- 9.8.1. Análisis de empresas establecidas en el sector tecnológico
- 9.8.2. Sistemas de generación de modelos de negocio
- 9.8.3. Análisis de modelos de negocio innovadores en sectores tradicionales
- 9.8.4. Análisis de modelos de negocio innovadores en Internet

9.9. Sistemas de empresa basados en la colaboración
- 9.9.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM
- 9.9.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
- 9.9.3. Sistemas de comercio electrónico

9.10. Negocios sociales
- 9.10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
- 9.10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC
- 9.10.3. Cómo rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales
- 9.10.4. Movilidad y el negocio digital

Módulo 10. Dirección de la innovación en un entorno digital

10.1. Pensamiento de diseño
- 10.1.1. La estrategia del Océano Azul
- 10.1.2. Innovación colaborativa
- 10.1.3. *Open innovation*

10.2. Inteligencia estratégica de la innovación
- 10.2.1. Vigilancia tecnológica
- 10.2.2. Prospectiva tecnológica
- 10.2.3. *Coolhunting*

10.3. Emprendimiento e innovación
- 10.3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio
- 10.3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos
- 10.3.3. Sistemas de gestión de la innovación
- 10.3.4. Habilidades *soft* de un emprendedor

10.4. Gestión de startups
- 10.4.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
- 10.4.2. Métricas financieras para Startups
- 10.4.3. Planificación financiera: modelos de proyecciones y su interpretación
- 10.4.4. Métodos de valoración
- 10.4.5. Aspectos legales

10.5. El plan de negocio
- 10.5.1. Business Plan en la era digital
- 10.5.2. Modelo Canvas
- 10.5.3. *Value Proposition Model*
- 10.5.4. Contenido y presentación

10.6. Gestión de proyectos
- 10.6.1. Desarrollo ágil
- 10.6.2. Lean Management en startups
- 10.6.3. Seguimiento y dirección de proyectos

10.7. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación
- 10.7.1. Fase de Seed
- 10.7.2. Fase de *Startup*
- 10.7.3. Fase de Growth
- 10.7.4. Fase de Consolidación

10.8. Financiación de startups
- 10.8.1. Financiación bancaria
- 10.8.2. Subvenciones
- 10.8.3. Capital semilla y aceleradoras. *Business Angels*
- 10.8.4. Venture Capital. IPO
- 10.8.5. *Public to Private Partnership*

10.9. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales
- 10.9.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
- 10.9.2. Entidades de Venture Capital nacionales e internacionales
- 10.9.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc, Bstartup
- 10.9.4. FOND-ICO Global
- 10.9.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & *play*

10.10. *Lean management*
- 10.10.1. Principios básicos de *Lean Management*
- 10.10.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
- 10.10.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

04

Objetivos docentes

Este programa universitario está diseñado para dotar a los profesionales con las herramientas necesarias para liderar y gestionar negocios en el entorno digital. A través de un itinerario académico especializado, abarcarán desde las fases de crecimiento de una empresa emergente (*seed*, *startup*, *growth* y consolidación), hasta las estrategias de financiación como banca, subvenciones y capital de riesgo. A partir de esto, los egresados comprenderán el funcionamiento de entidades de inversión y aplicarán metodologías de gestión eficiente como el *lean management*.

Desarrollarás una visión estratégica para impulsar startups y liderar la transformación digital del sector empresarial"

Objetivos generales

- Comprender el entorno económico y tecnológico que influye en la creación de empresas digitales
- Analizar modelos de negocio innovadores en sectores digitales y tradicionales
- Evaluar oportunidades de emprendimiento en mercados globales y digitales
- Diseñar planes estratégicos para el lanzamiento y consolidación de startups digitales
- Aplicar herramientas tecnológicas para la gestión eficiente de empresas digitales
- Desarrollar habilidades directivas y de liderazgo en contextos empresariales digitales
- Implementar estrategias de marketing digital para captar y fidelizar clientes
- Gestionar la financiación de startups a través de fuentes tradicionales y alternativas
- Integrar sistemas de información para la toma de decisiones empresariales
- Fomentar la innovación continua como ventaja competitiva en entornos digitales

Objetivos específicos

Módulo 1. Administración de Empresas: introducción y organización

- Analizar la estructura y elementos esenciales de una empresa, comprendiendo sus funciones, objetivos y clasificación para su correcta gestión
- Evaluar la empresa como un sistema, explorando sus modelos organizativos, subsistemas y valores que influyen en su funcionamiento interno
- Examinar el entorno empresarial, diferenciando factores generales y específicos que afectan la toma de decisiones estratégicas
- Desarrollar habilidades en dirección y liderazgo, comprendiendo la toma de decisiones y su impacto en la organización

Módulo 2. Introducción a las TIC

- Explorar los conceptos y aplicaciones de las TIC en la gestión empresarial, entendiendo su evolución y ventajas competitivas
- Identificar las tipologías de los sistemas de información y su integración en la estructura de las empresas digitales
- Analizar el impacto de las redes y la Web 2.0 en los negocios, comprendiendo su influencia en la estrategia digital
- Estudiar la evolución del hardware y su impacto en el procesamiento y almacenamiento de datos empresariales

Módulo 3. Contabilidad financiera

- Dominar los principios de la contabilidad financiera, incluyendo la formulación de cuentas anuales y estados financieros
- Evaluar los criterios de valoración financiera y su impacto en la toma de decisiones económicas dentro de la empresa
- Examinar la normativa sobre activos financieros y pasivos, identificando estrategias de gestión de riesgos
- Analizar la estructura del impuesto sobre sociedades y su impacto en la gestión fiscal de la empresa

Módulo 4. Dirección Comercial I

- Explorar las estrategias de investigación de mercados, comprendiendo el comportamiento del consumidor y su impacto en la toma de decisiones comerciales
- Evaluar la importancia de la publicidad digital y los medios de comunicación en la construcción de una marca sólida
- Analizar la planificación de medios, seleccionando audiencias y soportes adecuados para maximizar la inversión en publicidad
- Desarrollar modelos de dirección comercial basados en el análisis interno y externo del mercado

Módulo 5. Dirección de empresas

- Comprender la cultura organizacional y el rol del directivo en la gestión estratégica y operativa de una empresa
- Estudiar los procesos de gestión del cambio, analizando la resistencia organizacional y las estrategias de innovación
- Explorar los modelos de planificación estratégica y su impacto en la sostenibilidad de la empresa
- Dominar las metodologías de toma de decisiones y su aplicación en diferentes escenarios empresariales

Módulo 6. Régimen fiscal de la empresa

- Examinar la estructura del sistema tributario y las clasificaciones de impuestos que afectan la gestión empresarial
- Comprender los elementos esenciales de las obligaciones fiscales y su implicación en la administración de una empresa
- Analizar el cálculo del impuesto sobre sociedades y los regímenes especiales aplicables
- Evaluar las estrategias fiscales y su impacto en la optimización de recursos empresariales

Módulo 7. Estrategias de marketing digital

- Dominar la administración de negocios digitales, estableciendo estrategias de diferenciación y posicionamiento en línea
- Explorar el impacto del marketing digital en la construcción de marca, utilizando herramientas como videomarketing y segmentación avanzada
- Evaluar las técnicas de fidelización y captación de clientes mediante estrategias digitales innovadoras
- Analizar las tendencias emergentes en marketing digital, incluyendo el neuromarketing y la personalización de contenido

Módulo 8. Tecnología e información en la empresa digital

- Comprender la importancia de los sistemas de información en la toma de decisiones estratégicas dentro de una empresa digital
- Explorar la planificación estratégica de sistemas de información y su impacto en la optimización de procesos empresariales
- Analizar la integración de inteligencia de negocios (*business intelligence*) y su influencia en la gestión de datos
- Examinar la transformación digital y su aplicación en modelos de negocio innovadores

Módulo 9. Creación y gestión de empresas en el entorno digital

- Evaluar el entorno económico global y su impacto en el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio
- Dominar las finanzas corporativas, analizando estrategias de inversión y apalancamiento financiero
- Explorar los modelos de negocio basados en Internet y su aplicación en diferentes sectores industriales
- Analizar las estrategias de comercio electrónico y la gestión de clientes en plataformas digitales

Módulo 10. Dirección de la innovación en un entorno digital

- Comprender el pensamiento de diseño y su impacto en la creación de estrategias de innovación empresarial
- Explorar las fases de crecimiento de una empresa emergente, desde su inicio hasta su consolidación
- Estudiar los modelos de financiación para startups, incluyendo capital semilla, aceleradoras e inversores privados
- Aplicar metodologías de gestión eficiente, como *lean management*, para optimizar recursos y mejorar la productividad

05

Salidas profesionales

Los egresados de este programa universitario estarán preparados para asumir roles estratégicos en empresas digitales, *startups* y corporaciones en proceso de transformación digital. A su vez, podrán desempeñarse como directores de innovación, consultores en estrategias digitales, gestores de proyectos tecnológicos o especialistas en comercio electrónico. Además, estos empresarios tendrán la capacidad de diseñar y dirigir modelos de negocio digitales, optimizar sistemas de gestión empresarial y liderar iniciativas de marketing digital.

Crearás planes de negocios sólidos que contemplen todos los aspectos necesarios para el éxito de una organización digital"

Perfil del egresado

El egresado de este programa universitario contará con competencias avanzadas en gestión empresarial, innovación y estrategias digitales. Asimismo, será capaz de analizar entornos económicos globales, aplicar metodologías de transformación digital y desarrollar modelos de negocio basados en tecnologías emergentes. Además, dominará técnicas de análisis financiero y planificación estratégica, comprendiendo el impacto de la digitalización en la toma de decisiones. En definitiva, el perfil multidisciplinario de este experto le permitirá gestionar proyectos empresariales, liderar equipos en organizaciones digitales y diseñar estrategias de expansión en mercados globales.

Potenciarás la eficiencia empresarial y la innovación, desarrollando habilidades para enfrentar los desafíos del entorno digital con visión estratégica y soluciones innovadoras.

- **Innovación y Transformación Digital:** implementar estrategias de digitalización en empresas, optimizando procesos de negocio a través de tecnologías emergentes y metodologías ágiles
- **Gestión Estratégica y Toma de Decisiones:** evaluar escenarios empresariales, diseñar planes de crecimiento y aplicar herramientas de análisis financiero para la sostenibilidad y rentabilidad de los negocios digitales
- **Liderazgo en Emprendimiento Digital:** dirigir equipos en entornos altamente dinámicos, desarrollando proyectos innovadores y escalables en sectores tecnológicos y de comercio electrónico
- **Optimización de Modelos de Negocio:** estructurar modelos empresariales digitales, aplicar estrategias de monetización y potenciar el valor de las organizaciones mediante análisis de datos y tendencias del mercado

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

1. **Director de Estrategia Digital:** líder de la transformación digital de empresas, diseñando e implementando estrategias innovadoras que optimicen procesos, mejoren la competitividad y fomenten el crecimiento sostenible.
2. **Consultor en Modelos de Negocio Digitales:** asesor a empresas y emprendedores en la estructuración, escalabilidad y monetización de negocios digitales, aplicando metodologías ágiles y análisis de mercado.
3. **Especialista en Comercio Electrónico y Marketing Digital:** encargado de desarrollar estrategias de venta online, gestión de *marketplaces* y optimización de campañas digitales para maximizar la conversión y fidelización de clientes.
4. **Gestor de Proyectos Tecnológicos:** coordinador de la planificación, ejecución y control de proyectos de innovación, asegurando la integración de nuevas tecnologías en modelos empresariales digitales.
5. **Emprendedor en Startups Digitales:** creador y director de una empresa propia en el ecosistema digital, aprovechando herramientas de innovación, financiación de startups y estrategias de crecimiento escalable.
6. **Analista de Datos y *Business Intelligence*:** responsable de la recopilación e interpretación de datos para la toma de decisiones estratégicas, aplicando herramientas de inteligencia de negocios y análisis predictivo.
7. **Líder en Transformación Digital Empresarial:** gestor del cambio organizacional hacia modelos digitales, optimizando recursos, automatizando procesos y promoviendo la innovación en distintos sectores.
8. **Consultor en Estrategias de Financiación para Startups:** asesor en nuevos negocios en la obtención de inversión, explorando opciones como capital semilla, venture capital y alianzas estratégicas con aceleradoras.
9. **Especialista en Gestión de Innovación Empresarial:** director de la implementación de metodologías como *lean management* y pensamiento de diseño para potenciar la innovación en empresas consolidadas y startups.
10. **Gestor de Expansión y Escalabilidad de Negocios Digitales:** diseñador de planes de crecimiento sostenible, optimizando modelos de negocio y explorando nuevas oportunidades en mercados internacionales.

Manejarás técnicas avanzadas para la óptima gestión de los recursos en la Creación de Empresas Digitales, abarcando áreas como la gestión del equipo y la administración financiera"

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.

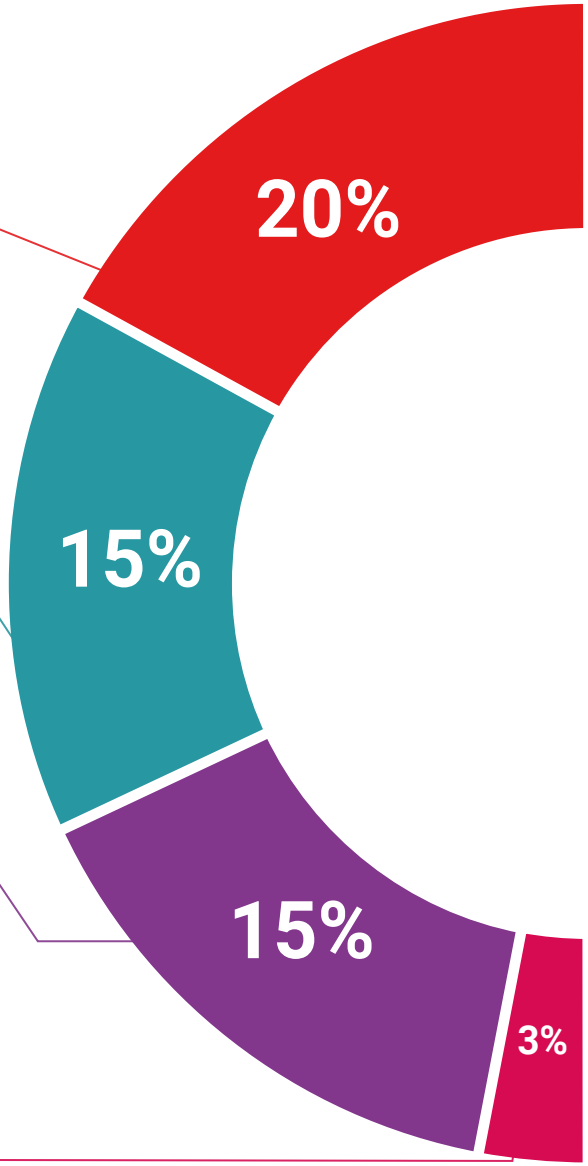
Resúmenes interactivos

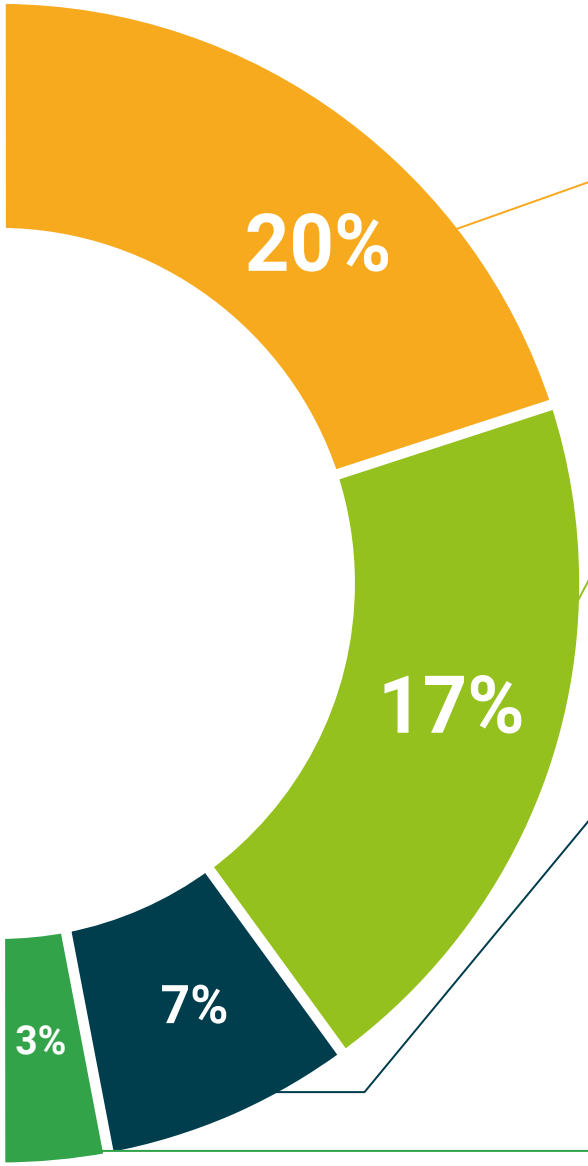
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

TECH apuesta continuamente por la excelencia académica. Por eso, cada uno de sus programas universitarios cuenta con equipos docentes de máximo prestigio. Estos expertos disponen de una amplia experiencia en sus campos profesionales y, al mismo tiempo, han alcanzado resultados significativos con sus investigaciones empíricas y trabajos de campo. Además, estos especialistas ocupan un rol protagonista dentro de la titulación universitaria, al asumir la responsabilidad de seleccionar los contenidos más actualizados e innovadores para su inclusión en los temarios. Al mismo tiempo, participan en la elaboración de numerosos recursos multimedia de alto rigor pedagógico.

Podrás consultar todas tus dudas directamente con el personal docente, especializado en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital, resultando en una tutorización personalizada a tus propias demandas"

Directora Invitada Internacional

Reconocida entre los **35 Líderes Innovadores Globales** menores de 35 años por el **MIT Technology Review**, Rebeca Hwang es una prominente figura en el panorama internacional de los negocios y el emprendimiento. Esta experta destaca por su **experiencia, versatilidad** y **éxito** en el desarrollo de **inversiones de capital de riesgo**. Además, ha sido cofundadora y socia de **proyectos empresariales** en **diferentes países** como Estados Unidos, México, Malasia, Corea del Sur, Islandia, Perú e Islandia.

Entre otras responsabilidades, Hwang se desempeña como **Directora** del **Centro de Emprendimiento Global** y **Empresa Familiar Thunderbird**. En ella se ha consolidado como una influyente líder corporativa. Asimismo, su papel como **Socia Directora** de **Kalei Ventures**, una firma de inversión que se enfoca en ***startups* tecnológicas** en fase inicial en **América Latina**, ha contribuido al crecimiento y desarrollo de numerosas empresas en esa región. Antes de Kalei, fue cofundadora y **Directora General** de **Rivet Ventures**, centrada en empresas dirigidas por mujeres, destacando la importancia de la inclusión de género en el mundo empresarial.

Además de sus logros empresariales, esta experta es una **prolífera inventora** con **12 patentes concedidas** y **9 en trámite**. También, ha defendido apasionadamente el impulso a **oportunidades de cambio** para las **empresas familiares**. Su dedicación a trabajar con las nuevas generaciones de pequeños emprendedores en la **tecnología,** la **inversión** en **activos alternativos** y el **espíritu emprendedor** la convierten en una verdadera visionaria del contexto corporativo contemporáneo.

Por otro lado, ha participado en la fundación de organizaciones como **Cleantech Open**, **Startup Malaysia** y **Startup Nations Summit**, que evidencian su compromiso con el apoyo a negocios en ciernes de todo el mundo. Además, su asidua **colaboración** con **diversas iniciativas** y **comités**, así como su experiencia como conferencista TED, subrayan su influencia global.

Dña. Hwang, Rebeca

- Directora de Thunderbird School of Global Management de la Universidad de Arizona, Phoenix, EE. UU.
- Emprendedora especializada en Inversión de Capital de Riesgo
- Inventora con 12 patentes concedidas y 9 en trámite
- Colaboradora académica de la Universidad de Stanford
- Socia Directora de Kalei Ventures
- Directora General de Rivet Ventures
- Cofundadora y Presidente de la Startup YouNoodle
- Cofundadora de Cleantech Open
- Cofundadora de Startup Malaysia
- Cofundadora de Startup Nations Summit
- Miembro de: Comité de Acceso a Capital del Consejo México-Estados Unidos de Emprendimiento e Innovación, Consejo Global de Kauffman's GEN y Consejo Global sobre el Futuro de las Migraciones del Foro Económico Mundial

Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo"

08

Titulación

El Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital** avaladopor **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

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

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

TECH es miembro de la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, una entidad de prestigio dedicada a impulsar la excelencia profesional en ciencias empresariales. Esta vinculación fortalece su compromiso con la excelencia académica en el ámbito empresarial.

Aval/Membresía

Título: **Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**

tech global university

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

Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital

Se trata de un título propio de 1.800 horas de duración equivalente a 60 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	60
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 60

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Administración de empresas: introducción y organización	6	OB
1º	Introducción a las TIC	6	OB
1º	Contabilidad financiera	6	OB
1º	Dirección comercial I	6	OB
1º	Dirección de empresas	6	OB
1º	Régimen fiscal de la empresa	6	OB
1º	Estrategias de marketing digital	6	OB
1º	Tecnología e información en la empresa digital	6	OB
1º	Creación y gestión de empresas en el entorno digital	6	OB
1º	Dirección de la innovación en un entorno digital	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

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

Máster Título Propio
Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster Título Propio

Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital

Aval/Membresía

ebea

Economics, Business
and Enterprise Association

tech global university