Máster Título Propio

Executive MBA
(CEO, Chief Executive Officer)

MBA CEO

tech corporación universitaria UNIMETA

tech corporación universitaria UNIMETA

Máster Título Propio
Executive MBA
(CEO, Chief Executive Officer)

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Corporación Universitaria UNIMETA**
- Acreditación: **90 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**
- Dirigido a: **Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las Ciencias Administrativas y Empresariales**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-executive-mba-ceo-chief-executive-officer**

Índice

01 Bienvenida pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? pág. 10

04 Objetivos pág. 14

05 Competencias pág. 20

06 Estructura y contenido pág. 26

07 Metodología pág. 42

08 Perfil de nuestros alumnos pág. 50

09 Dirección del curso pág. 54

10 Impacto para tu carrera pág. 72

11 Beneficios para tu empresa pág. 76

12 Titulación pág. 80

01

Bienvenida

La figura del CEO representa el timón de una empresa, siendo la fuerza impulsora detrás de la visión, la estrategia y el éxito organizacional. La importancia de estos altos cargos radica en su capacidad para equilibrar la estabilidad a corto plazo con la visión a largo plazo, adaptándose a entornos empresariales cambiantes y desafiando constantemente el statu quo, para alcanzar nuevos horizontes de desarrollo y éxito sostenible. Este programa de TECH ofrecerá una perspectiva integral y actualizada de estrategias empresariales, gestión de liderazgo y habilidades de toma de decisiones. Además, permitirá a los ejecutivos adquirir herramientas para enfrentar desafíos empresariales complejos y fomentar la innovación en su organización.

Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)
TECH Corporación Universitaria UNIMETA

Este programa capacitará al CEO para liderar con visión, adaptabilidad y un enfoque estratégico en un entorno empresarial dinámico y competitivo"

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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

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

En TECH Corporación Universitaria UNIMETA

Innovación

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

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

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

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

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

+100.000
directivos capacitados cada año

+200
nacionalidades distintas

Empowerment

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

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

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

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

Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

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

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

Análisis

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

Excelencia académica

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

Economía de escala

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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04

Objetivos

Esta titulación académica tiene como objetivo principal proporcionar una capacitación integral sobre gestión empresarial, que permita a los líderes desarrollar habilidades estratégicas avanzadas. Así, se buscará ampliar la comprensión de estos acerca de los desafíos contemporáneos que enfrentan las organizaciones. Ali mismo tiempo, contarán con herramientas de vanguardia para la toma de decisiones basadas en datos, el liderazgo efectivo y la gestión de equipos multidisciplinarios. Además, se fomentará la visión global y la capacidad para enfrentar la complejidad empresarial, preparando al CEO para navegar por un entorno competitivo con confianza, adaptabilidad e innovación. Consolida tu liderazgo

Gracias a TECH desarrollarás las competencias esenciales para dirigir estratégicamente tu propia empresa"

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

El **Executive MBA (Chief Executive Officer)** capacitará al alumno para:

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

02 Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo

03 Ahondar en los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio

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

05 Fomentar la creación de estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

06 Diferenciar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial

07 Trabajar de una forma más efectiva, más ágil y más alineado con las nuevas tecnologías y herramientas actuales

08 Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial

09 Delimitar la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos en favor de los beneficios de la empresa

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

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

12 Ser capaz de gestionar el plan económico y financiero de la empresa

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

14 Aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa

15 Realizar la estrategia de marketing que permita dar a conocer el producto a los clientes potenciales y generar una imagen adecuada de la empres

16 Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento

17 Abordar los mecanismos de distribución de cargas de trabajo de recursos compartidos entre varios proyectos

18 Crear estrategias innovadoras acordes con los diferentes proyectos

19 Establecer las pautas adecuadas para la adaptación de la empresa a la sociedad del cambio

20 Proponer un modelo dinámico de empresa que apoye su crecimiento en los recursos intangibles

05

Competencias

Este programa universitario equipará al CEO, o a los aspirantes a Chief Executive Officers, con una gama diversa de competencias clave, necesarias para liderar con éxito en el mundo empresarial actual. Así, estas habilidades teórico-prácticas abarcarán desde habilidades de liderazgo estratégico, gestión financiera avanzada, análisis de datos y toma de decisiones basada en evidencia, hasta la capacidad de comprender y adaptarse a entornos comerciales globales complejos. Además, se adquirirá metodologías interpersonales sólidas, como la comunicación efectiva, la negociación y la construcción de equipos, así como el desarrollo de una mentalidad innovadora para abordar desafíos con creatividad y visión a largo plazo.

Perfeccionarás las competencias necesarias para dirigir, innovar y tomar decisiones estratégicas que impulsen el crecimiento y el éxito sostenible de tus organizaciones"

01 Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

02 Aplicar las metodologías de gestión Lean

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

04 Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

05 Manejar herramientas y métodos para la manipulación y mejor utilización del dato, para la entrega de resultados comprensibles para el receptor final

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

08 Implementar las claves para que la gestión del I+D+i tenga éxito en las organizaciones

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

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

10 Elaborar y liderar planes de marketing

11 Desarrollar métricas de consecución de objetivos asociadas a una estrategia de marketing digital y analizarlas en cuadros de mandos digitales

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

13 Liderar los diferentes proyectos de la empresa, a partir de definir cuando priorizar y retrasar su desarrollo dentro de una organización

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

06

Estructura y contenido

El Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) es un programa exclusivo que se imparte en formato 100% online. De ese modo, es posible elegir de forma personalizada el momento y lugar que mejor se adapte a diferentes horarios, disponibilidad o intereses. Un programa que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases del éxito profesional.

Serás capaz de implementar las estrategias corporativas más actuales, como Driving Corporate Strategy, Pacing Corporate Strategy y Framing Corporate Strategy"

Plan de estudios

Este plan de estudios ofrece una estructura curricular robusta y diversa, que abarca diez módulos fundamentales para el desarrollo ejecutivo. Además, a lo largo de 2.700 horas de capacitación, el egresado analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Primero, se analizará el rol crucial del liderazgo ético y la responsabilidad corporativa en la toma de decisiones estratégicas, para después adentrarse en la formulación e implementación de estrategias empresariales efectivas, para mantener la competitividad y el crecimiento sostenible. También se profundizará en la importancia de liderar equipos, fomentar la motivación y potenciar el capital humano como motor fundamental para el éxito organizacional.

Asimismo, se le proporcionarán al alumno herramientas y conocimientos para la gestión eficaz de los recursos financieros, examinando la optimización de procesos y la cadena de suministro. Igualmente, se sumergirá en la gestión tecnológica, la estrategia comercial, el marketing, la comunicación corporativa y la investigación de mercados. Finalmente, se reforzará el enfoque del Management Directivo, sintetizando las habilidades para la toma de decisiones estratégicas en entornos empresariales desafiantes y dinámicos.

Se trata de un esquema diseñado a medida de las metas profesionales de los estudiantes, orientado hacia el desarrollo y la capacitación para sobresalir en el ámbito de la administración y dirección empresarial. El temario se adaptará a las necesidades de los emprendedores y a las de sus empresas, ofreciendo un contenido innovador que se fundamenta en las últimas corrientes, respaldado por una metodología educativa de primer nivel, el Relearning, y un cuerpo docente excepcional.

Este Executive MBA se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 10 módulos:

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

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.9. 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 Competititva
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 organziaciones
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 dicersidad

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 RR.HH.
3.12.2. Personal Branding para profesionales de RR.HH

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
4.12.2. Productos financieros de financiación empresarial

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

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

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

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

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

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

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

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

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

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

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

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

6.7. Explorando la información
6.7.1. SQL: bases de datos relacionales. Conceptos básicos
6.7.2. Redes y comunicaciones
6.7.3. Sistema operacional: modelos de datos normalizados
6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
6. 7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 10. Management Directivo

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

07

Metodología

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

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

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

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

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

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

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

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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

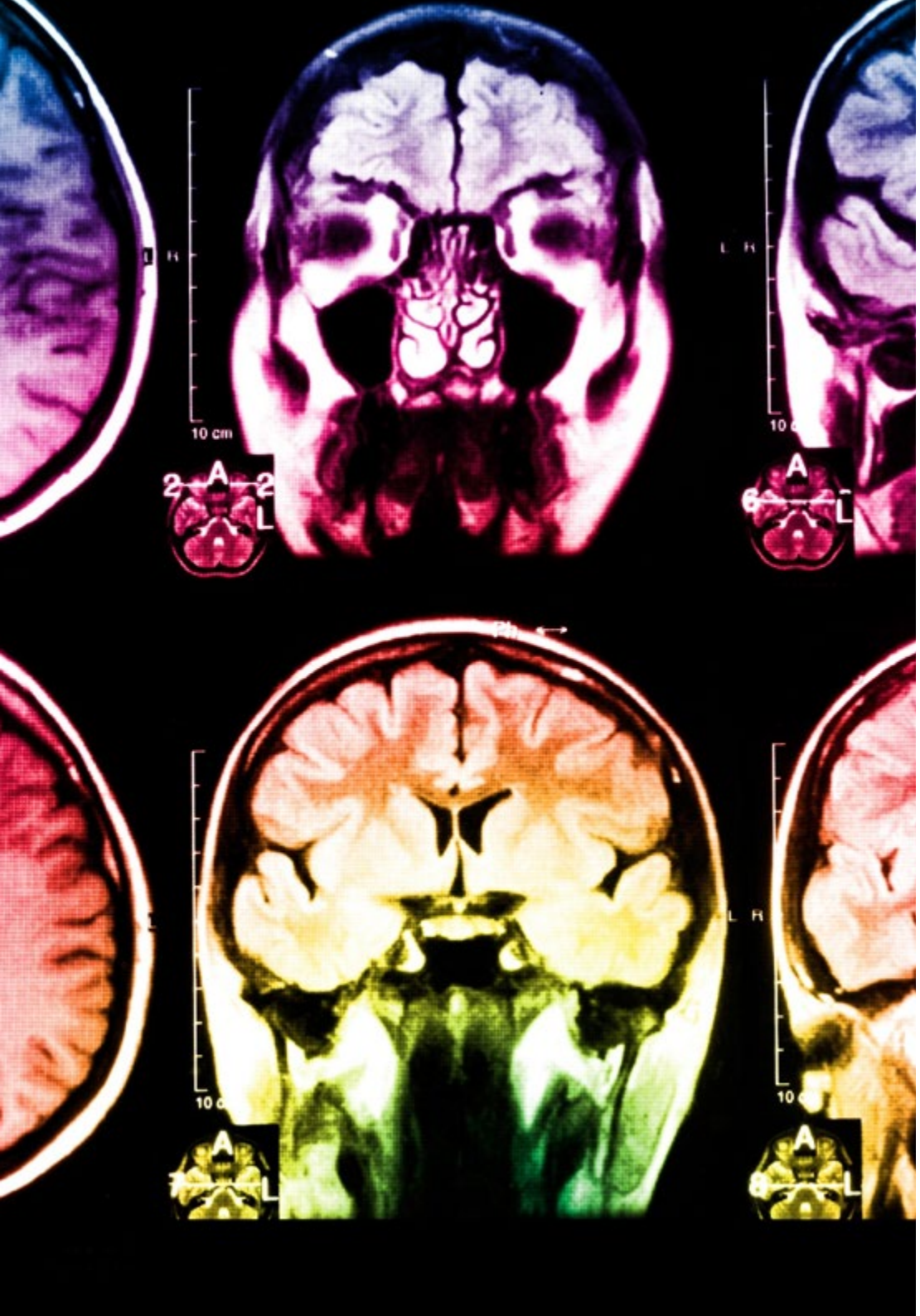
TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

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

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

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



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

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

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

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

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

Material de estudio

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

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

Clases magistrales

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

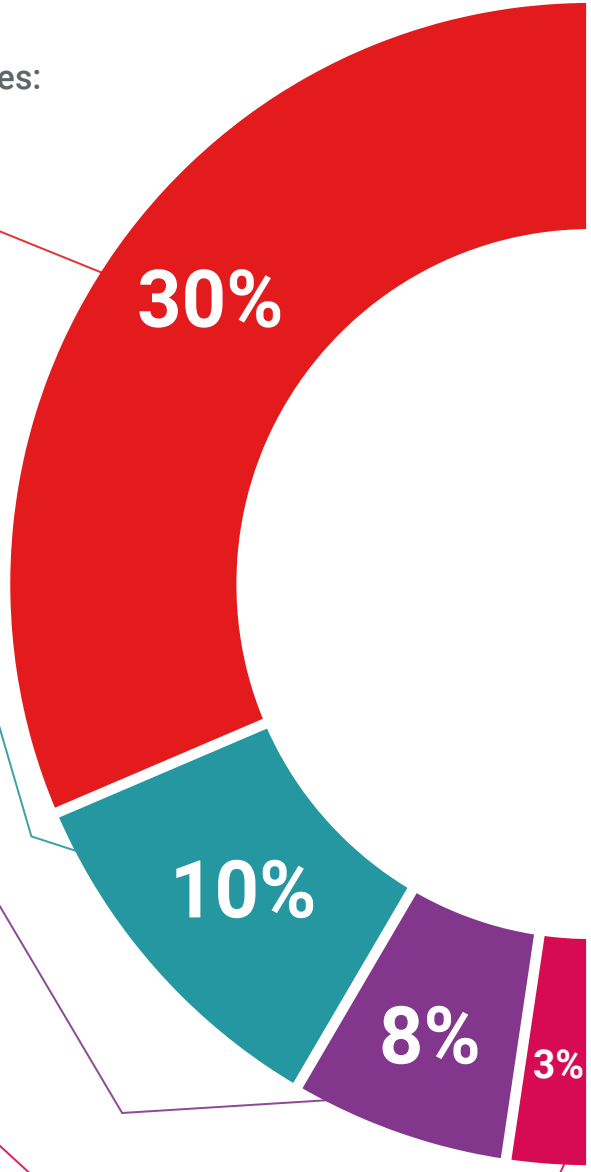
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

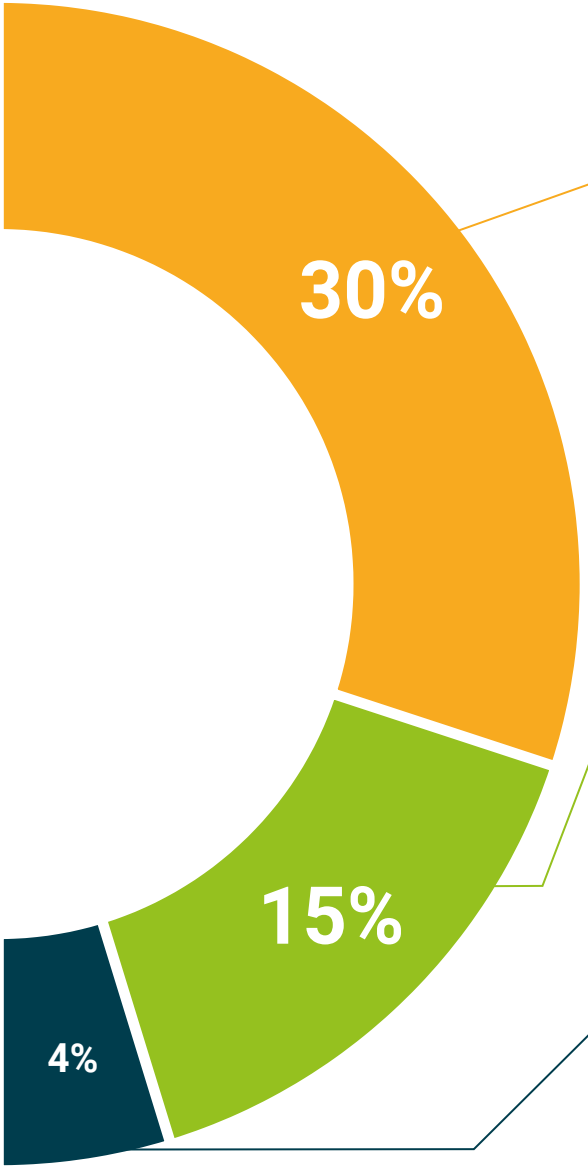
Prácticas de habilidades directivas

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

Lecturas complementarias

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





Case studies

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

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

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

08

Perfil de nuestros alumnos

El Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) está dirigido a Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de las Ciencias Administrativas y Económicas.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar este programa los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo del Chief Executive Officer.

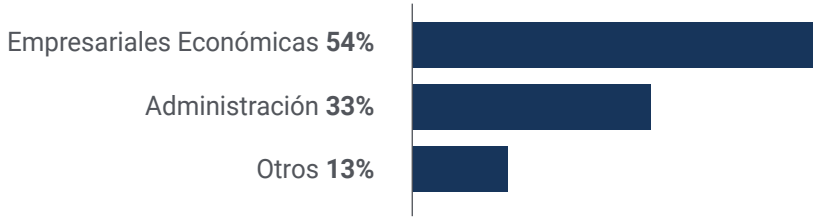
Si tienes experiencia como Chief Executive Officer y buscas mejorar tu trayectoria profesional, este es tu programa"

Edad media

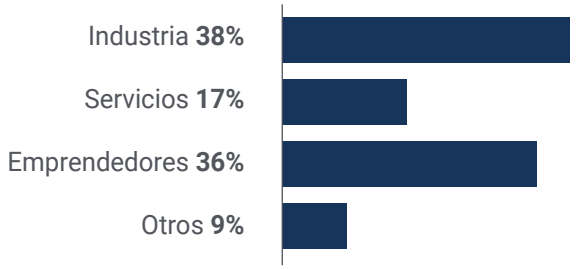
Entre **35** y **45** años

Años de experiencia

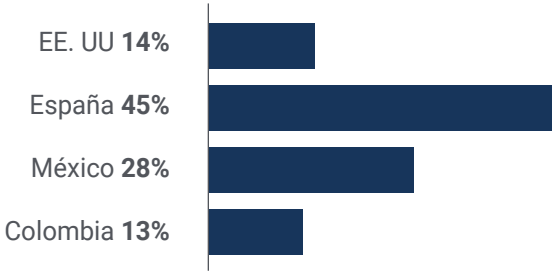
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Ignacio Fernández

CEO

"Mi experiencia en este Executive MBA ha sido transformadora. Antes de ingresar al programa, ocupaba un puesto de liderazgo en mi empresa, pero sentía que me faltaba algo para llevar mi visión al siguiente nivel. El programa amplió mi comprensión en áreas críticas de los negocios, como estrategia, finanzas y liderazgo. Además, el acceso a recursos exclusivos ha sido invaluable. Hoy, como CEO, puedo afirmar que el MBA no solo impulsó mi carrera, sino que también impactó positivamente en nuestra empresa. Recomendaría este programa a cualquiera que aspire a un crecimiento profesional significativo."

09

Dirección del curso

El equipo docente de este Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) está conformado por profesionales altamente cualificados y experimentados en diversos campos empresariales. Los miembros de este claustro no solo poseen una sólida formación académica, sino también una amplia experiencia práctica en el mundo de los negocios, a menudo provenientes de roles ejecutivos o consultoría empresarial. Además, su enfoque no solo se basa en la teoría, sino en la aplicación práctica de conceptos empresariales, brindando a los alumnos una capacitación completa y aplicable directamente al entorno empresarial actual.

Apóyate en un cuadro docente con experiencia en la alta dirección empresarial, con temas dedicados a estrategias comerciales, tendencias globales, innovación y liderazgo efectivo"

Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación** y **estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista Fortune 50, como NBCUniversal y Comcast. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento** en **Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es **crear equipos diversos**, **inclusivos** y de **alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar** la **marca de empleador** y la propuesta de valor de Mastercard a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de Recursos Humanos y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.

Dña. Dove, Jennifer

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

D. Gauthier, Rick

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

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

Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia** y **Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado,** centradas en sus **clientes** y el **mundo digital.**

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal** y **los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: satisfacer las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar** una "**descarbonización rentable**" y **revisar** un panorama fragmentado de **datos**, **digital y tecnológic**o. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

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

D. Arman, Romi

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

"¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional"

Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un **experimentado profesional** en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros,** las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing, análisis de medios, medición** y **atribución.** De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search, Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA.**

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton, Airbus y Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes** y **trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.

D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

"¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia"

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

D. La Sala, Andrea

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Gram, Mick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Stevenson, Scott

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

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

Director Invitado Internacional

El Doctor Eric Nyquist es un destacado profesional en el **ámbito deportivo internacional**, que ha construido una carrera impresionante, destacando por su **liderazgo estratégico** y su capacidad para impulsar el cambio y la **innovación** en **organizaciones deportivas** de primer nivel.

De hecho, ha desempeñado roles de alto cargo, como el de **Director de Comunicaciones e Impacto** en **NASCAR**, con sede en **Florida, Estados Unidos.** Con muchos años de experiencia a sus espaldas en esta entidad, el Doctor Nyquist también ha ocupado varios puestos de liderazgo, incluyendo **Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico** y **Director General de Asuntos Comerciales,** gestionando más de una docena de disciplinas que van desde el **desarrollo estratégico** hasta el **Marketing de entretenimiento.**

Asimismo, Nyquist ha dejado una marca significativa en las **franquicias deportivas** más importantes de Chicago. Como **Vicepresidente Ejecutivo** de las franquicias de los **Chicago Bulls** y los **Chicago White Sox** ha demostrado su capacidad para impulsar el **éxito empresarial** y **estratégico** en el mundo del **deporte profesional**.

Finalmente, cabe destacar que inició su carrera en el **ámbito deportivo** mientras trabajaba en **Nueva York** como **analista estratégico principal** para **Roger Goodell** en la **Liga Nacional de Fútbol (NFL)** y, anteriormente, como **Pasante Jurídico** en la **Federación de Fútbol de Estados Unidos.**

D. Nyquist, Eric

- Director de Comunicaciones e Impacto en NASCAR, Florida, Estados Unidos
- Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico en NASCAR
- Vicepresidente de Planificación Estratégica en NASCAR
- Director General de Asuntos Comerciales en NASCAR
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago White Sox
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago Bulls
- Gerente de Planificación Empresarial en la Liga Nacional de Fútbol (NFL)
- Asuntos Comerciales/Pasante Jurídico en la Federación de Fútbol de Estados Unidos
- Doctor en Derecho por la Universidad de Chicago
- Máster en Administración de Empresas-MBA por la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago
- Licenciado en Economía Internacional por Carleton College

"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!"

10

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal.

El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente.

Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional, ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo"

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

El Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito del CEO. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

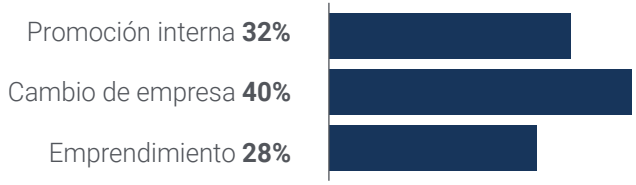
No dejes pasar esta oportunidad única y matricúlate ahora en este Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) e impulsa tu carrera profesional.

¡Tendrás a tu disposición una amplia biblioteca con los recursos multimedia más innovadores! En TECH encontrarás todo lo que buscas para superarte a ti mismo.

Momento del cambio

Durante el programa	Durante el primer año	Dos años después
11%	**63%**	**26%**

Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **26,24%**

Salario previo	Incremento salarial	Salario posterior
52.000 €	**26,24%**	**65.644 €**

11

Beneficios para tu empresa

Este programa contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la instrucción de líderes de alto nivel.

Además, participar en esta opción universitaria supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.

En la era digital, el directivo debe integrar nuevos procesos y estrategias que provoquen cambios significativos y desarrollo organizacional. Esto solo es posible a través de la capacitación y actualización universitaria"

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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

05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El Executive MBA (Chief Executive Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Corporación Universitaria del Meta.

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

El programa del **Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por la Corporación Universitaria del Meta.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Corporación Universitaria del Meta garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Máster Título Propio en Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**

tech global university

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

Máster Título Propio Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)

Se trata de un título propio de 2.700 horas de duración equivalente a 90 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

UPAL
Universidad Privada Peruano Alemana

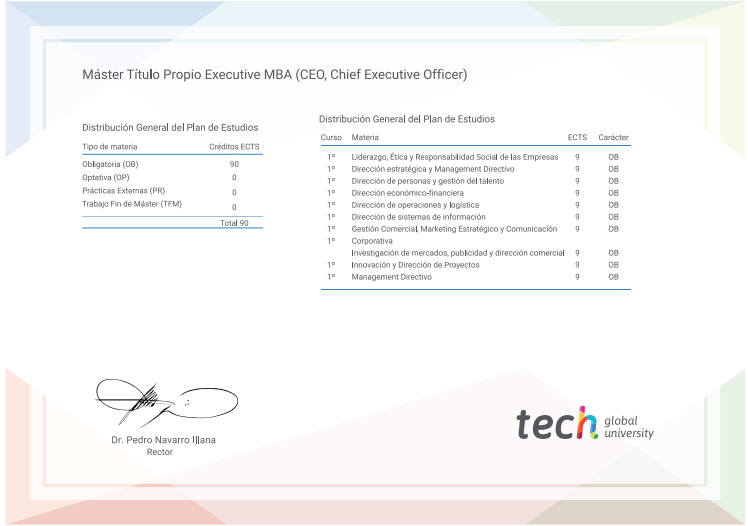
– DIPLOMA –

La Universidad Privada Peruano Alemana otorga el diploma a:

Por haber concluido satisfactoriamente el Programa de Máster Título Propio en Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)

Ana María Soldevilla Saavedra
RECTORA

Dra. Tamara Tatiana Pando Ezcurra
Vicerrectora Académica y Directora de Investigación



Máster Título Propio Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	90
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 90

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	9	OB
1º	Dirección estratégica y Management Directivo	9	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	9	OB
1º	Dirección económico-financiera	9	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	9	OB
1º	Dirección de sistemas de información	9	OB
1º	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa	9	OB
	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial	9	OB
1º	Innovación y Dirección de Proyectos	9	OB
1º	Management Directivo	9	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 Corporación Universitaria UNIMETA realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech corporación universitaria UNIMETA

Máster Título Propio
Executive MBA
(CEO, Chief Executive Officer)

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Corporación Universitaria UNIMETA**
- Acreditación: **90 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster Título Propio

Executive MBA
(CEO, Chief Executive Officer)

tech corporación universitaria UNIMETA