Máster Título Propio

MBA en Industrial Management

MBAIM

tech universidad FUNDEPOS

tech universidad FUNDEPOS

Máster Título Propio
MBA en Industrial Management

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**
- Dirigido a: **ingenieros, y licenciados con experiencia que quieren profundizar y actualizarse en todos los aspectos necesarios a tener en cuenta para una adecuada gestión de una empresa industrial**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-industrial-management**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH Universidad FUNDEPOS? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 24

06 Estructura y contenido — pág. 28

07 Metodología — pág. 48

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 56

09 Dirección del curso — pág. 60

10 Impacto para tu carrera — pág. 82

11 Beneficios para tu empresa — pág. 86

12 Titulación — pág. 90

01

Bienvenida

En un entorno cada vez más globalizado y con una competencia cada vez más fuerte entre empresas de distintos países, es necesario trabajar de una manera más eficiente, alineando todos los recursos para alcanzar los objetivos previstos. Para ello, las empresas deben utilizar las mejores herramientas para alcanzar un nivel de gestión competitiva y eficiente con el objetivo de poder adaptarse en cada momento a las necesidades del mercado. En este programa académico sobre MBA en Industrial Management se enseñan las herramientas y conocimientos necesarios para alcanzar esta adaptación y poder competir en las mejores condiciones, logrando los mejores resultados empresariales y por tanto, el éxito laboral que demandan los profesionales del siglo XXI.

MBA en Industrial Management.
TECH Universidad FUNDEPOS Universidad Tecnológica

Un programa académico de alto impacto pensado especialmente para capacitar a los mejores profesionales de la gestión industrial"

02

¿Por qué estudiar en TECH Universidad FUNDEPOS?

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

En TECH Universidad FUNDEPOS

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 Universidad FUNDEPOS no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH Universidad FUNDEPOS, 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 Universidad FUNDEPOS finaliza sus estudios con éxito**

Networking

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

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS provienen de más de 200 nacionalidades.

Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

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

Análisis

En TECH Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS Universidad Tecnológica.

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

04

Objetivos

Este programa está diseñado con el objetivo de afianzar sus capacidades en todo lo relativo al MBA en Industrial Management, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en su desarrollo profesional. De esta manera, tras finalizar el plan de estudios, será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional, siempre teniendo en cuenta la importancia de trabajar de manera eficiente, alineando todos los recursos para alcanzar los objetivos trazados por la empresa.

Nuestro principal reto es ayudarte a conseguir tus objetivos académicos y por ello, te proponemos la realización de este completísimo Máster Título Propio"

Los objetivos de los estudiantes son los de TECH Universidad FUNDEPOS. Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El **MBA en Industrial Management** le capacitará para:

01 Poner en marcha y desplegar la estrategia a lo largo de toda la organización con la utilización del cuadro de mando integral

02 Descubrir, definir y gestionar los procesos fundamentales de generación de valor en la empresa

03 Establecer la relación entre la dirección de proyectos y la estrategia corporativa

04 Desarrollar procedimientos y buenas prácticas en la dirección de proyectos

05 Analizar el propio estilo de liderazgo, motivación y comunicación y mostrar conductas eficaces, indicando las formas más correctas de generar compromiso, jugar en equipo y fomentar la responsabilidad de los colaboradores

06 Analizar qué aspectos son importantes a la hora de llevar a cabo la evaluación del desempeño de su equipo y ponerla en marcha de manera exitosa y alienada a la estrategia de la organización

07 Realizar un análisis exhaustivo del entorno empresarial actual

08 Interpretar un balance de situación para evitar riesgos a futuro

09 Profundizar en las técnicas, sus fases y las herramientas relativas al diseño conceptual que precede al diseño final del producto, así como la traducción de los requerimientos del cliente final a especificaciones técnicas que tendrá que cumplir el producto

10 Desglosar en profundidad el proceso de diseño de un nuevo producto desde el diseño CAD hasta el acuerdo de que ese diseño cumplirá con los requisitos pasando por el análisis de posibles fallos y la realización de planos

11 Alcanzar unos conocimientos detallados de la dinámica de trabajo de las unidades productivas y la interacción entre sus funciones

12 Afrontar la importancia de la planificación de la producción como herramienta clave para la rentabilidad de la empresa

13 Profundizar en los fundamentos del pensamiento Lean y sus principales diferencias frente a los procesos de manufactura tradicional

14 Analizar el despilfarro en la empresa, distinguiendo el valor de cada proceso y los tipos de desperdicio que podemos encontrar

15 Establecer la importancia de la gestión de la calidad a lo largo de todas las áreas de la empresa

16 Identificar los costes de calidad asociados a la gestión de la calidad e implantar un sistema de seguimiento y mejora de ellos

17 Desglosar en profundidad los retos de la función logística, sus actividades clave y los costes asociados, y la obtención de valor de la función logística y profundizar en los distintos tipos de cadenas de suministro

18 Desarrollar las distintas estrategias para optimizar la función logística

19 Liderar y afrontar los nuevos modelos de negocio y desafíos asociados al desarrollo e implementación de la industria 4.0

20 Profundizar en la necesidad de la transformación digital que los nuevos retos empresariales sugieren para afrontar con éxito el futuro próximo

21 Profundizar en los fundamentos del pensamiento lean y sus principales diferencias frente a los procesos de manufactura tradicional.

22 Analizar el despilfarro en la empresa, distinguiendo el valor de cada proceso y los tipos de desperdicio que se pueden encontrar

23 Establecer los principios de las 5S y cómo pueden ayudar a mejorar la productividad, así como profundizar en su implementación en la empresa

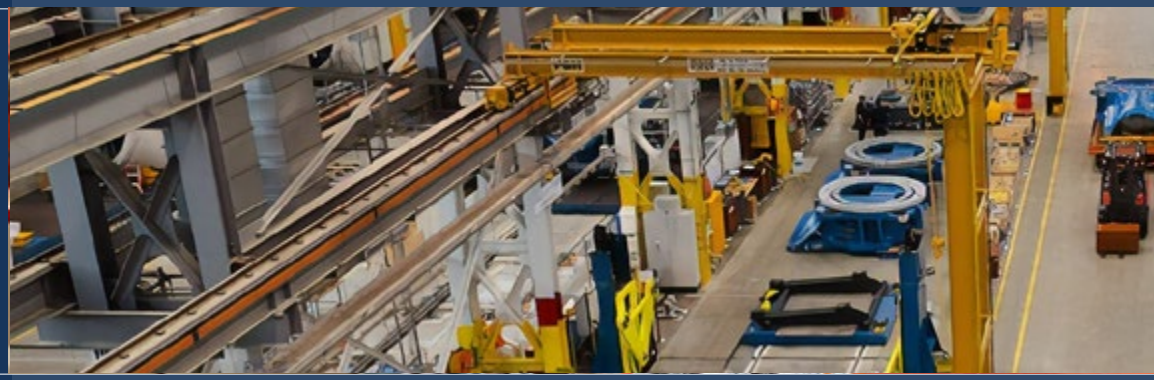
24 Dominar las herramientas lean de diagnóstico.

25 Hacer un análisis exhaustivo de las herramientas lean operativas como el SMED, JIDOKA, POKAYOKE, reducción de lotes y POUS

26 Profundizar en los principios del método Kaizen para la mejora continua y las diferentes metodologías, así como los principales obstáculos que se pueden encontrar para la implementación del Kaizen en la empresa

27 Analizar sobre la hoja de ruta para la implantación del lean en la empresa profundizando en los aspectos generales de la implantación, las distintas fases y los factores de éxito para la aplicación de la filosofía Lean en la empresa.

28 Identificar los KPIs que pueden ayudar a medir los resultados de la implantación del Lean



29 Establecer la importancia de la gestión de la calidad a lo largo de todas las áreas de la empresa

30 Identificar los costes de calidad asociados a la gestión de la calidad e implantar un sistema de seguimiento y mejora de ellos.

31 Aplicar los principios de la filosofía lean a la gestión de la cadena de suministro y la aplicación de un sistema lean a la función logística.

32 Investigar acerca de las nuevas tendencias y estrategias en la función logística y su implementación en la empresa

33 Analizar los factores diferenciadores de las cadenas de distribución exitosas y los elementos diferenciadores de la cadena de valor.

34 Profundizar en la logística de la pandemia, los diferentes escenarios y analizar los puntos críticos de la cadena de suministro en el actual escenario, así como los tipos de cadenas de suministro para la distribución de elementos clave como las vacunas.

35 Profundizar en el modelo EFQM, en su nueva edición, para poder desarrollarlo en la empresa si se quiere dar un paso más hacia la excelencia.

36 Aplicar las principales Herramientas de Calidad que se pueden utilizar en la Gestión y Mejora de la Calidad de los Productos y Procesos

37

Establecer la importancia de la Mejora Continua y la utilización de las dos principales metodologías: el ciclo PDCA con la aplicación a la implantación del Lean Manufacturing y el Six-Sigma

38

Conocer en profundidad qué es la Calidad con Proveedores y cómo gestionarla, los distintos tipos de Auditorias y cómo llevarlas a cabo, aspectos de los Ensayos y del Laboratorio

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Industrial Management, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora.

Este programa te permitirá adquirir las competencias necesarias para ser más brillante en tu labor diaria"

01 Gestionar de manera eficiente todos los aspectos relacionados con la gestión industrial para poder competir adecuadamente tanto en el presente como en un futuro lleno de retos, oportunidades y cambios

02 Aplicar las principales claves estratégicas para poder competir mejor en los tiempos actuales y futuros

03 Dominar las herramientas para alcanzar la excelencia, definir la estrategia empresarial y su despliegue a lo largo de la organización, la gestión por procesos, y tipología estructural a utilizar para adaptarse mejor a los cambios, así como aspectos a tener en cuenta para la sostenibilidad, gestión de los clientes, internacionalización de la empresa y gestión del cambio que cada vez es más constante

04 Gestionar los proyectos que se le presenten con metodologías tanto convencionales como ágiles

05 Gestionar adecuadamente los RR.HH para que puedan ofrecer a la empresa todo el potencial que se requiere de ellos y que aporten el máximo valor posible

06 Interpretar los datos económicos y financieros de la empresa, a la vez que puedan utilizar y desarrollar las herramientas necesarias para una mejor gestión de todos los aspectos relacionados con las finanzas empresariales

07 Gestionar mejor todos los pasos y fases necesarios en el diseño y desarrollo de nuevos productos

08 Realizar una planificación y control de la producción con el objetivo de optimizar recursos y adaptarse lo mejor posible a la demanda

09 Gestionar la calidad a través de toda la organización y aplicar las herramientas más importantes para la mejora continua de productos y procesos

10 Aplicar la filosofía de trabajo de *Lean Manufacturing* con el objetivo de la reducción de despilfarros para la optimización de recursos y dar a la empresa la flexibilidad y respuesta necesarias ante las exigencias del mercado

11 Desarrollar una mejor gestión de toda la cadena de suministro y mejorar el flujo de materiales desde los proveedores hasta el envío de los productos al cliente

12 Utilizar y desarrollar las últimas tendencias de la digitalización y la Industria 4.0 con el objetivo de prepararse mejor para competir en los nuevos mercados tan cambiantes

06

Estructura y contenido

El MBA en Industrial Management es un programa diseñado con base base en las necesidades de los alumnos del siglo XXI, y que se imparte en formato 100% online para que sea el profesional quien elija el momento y lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses. Además, estudiando este programa el alumno tendrá acceso al compendio de contenidos más completo y actualizado del mercado. Todo ello, en un plan de estudios que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases del éxito profesional del estudiante.

Nuestro plan de estudios te proporcionará el conocimiento necesario para desarrollarte con éxito en la gestión de proyectos industriales"

Plan de Estudios

El panorama actual, altamente globalizado y plagado de competencia, ha obligado a las empresas a instaurar entornos de trabajo altamente eficientes que permitan lograr los objetivos trazados. Para conseguir esto, las empresas deben utilizar las mejores herramientas para alcanzar un nivel de gestión competitiva y eficiente con el objetivo de poder adaptarse en cada momento a las necesidades del mercado. En este Máster Título Propio se enseñan las herramientas y conocimientos necesarios para alcanzar esta adaptación y poder competir en las mejores condiciones.

Debido a la necesidad de adaptación constante a los cambios que se producen en el entorno, y que pueden ser de todo tipo, es necesario que una empresa actúe como un sistema adaptable. Y por esto, es imprescindible que todo profesional, aunque sea responsable de una sola área de la empresa, sea conocedor del impacto en las otras áreas y sobre todo, en el cliente final. Es decir, que tiene que tener conocimientos transversales.

Por este motivo, este Máster Título Propio profundiza en todos los aspectos relacionados con la gestión industrial, y proporciona una mejor visión de conjunto con el fin de tomar mejores decisiones. Para ello, el programa cuenta con grandes profesionales de reconocido prestigio, con conocimientos profundos y dilatada experiencia para dotar de gran valor las enseñanzas impartidas.

Su contenido combina aspectos teóricos y un enfoque eminentemente práctico que proporciona a los alumnos la adquisición de un profundo conocimiento de la realidad de la empresa industrial. De esta manera, dotará al alumno la capacidad y herramientas necesarias para gestionar de manera eficiente todos los aspectos relacionados con la gestión industrial, para poder competir adecuadamente tanto en el presente como en un futuro lleno de retos, oportunidades y cambios.

El conocimiento real de cada uno de los docentes en su ámbito de gestión en la industria, hacen que la materia impartida sea de una gran calidad y esté ligada al día a día de la profesión y con una visión de adaptación al futuro. Todo esto hace posible que el cuadro de contenidos esté especialmente pensado para adaptar los conocimientos a la realidad de la profesión y a las herramientas que todo profesional debería dominar para hacer frente de manera adecuada a los cambios continuos con los que se tiene que enfrentar.

De esta manera, este programa aportará una renovación de conocimientos a los profesionales que les colocará a la vanguardia de las últimas novedades en cada una de las áreas de conocimiento.

Este Máster Título Propio se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 15 módulos:

Módulo 1	Claves estratégicas para mejorar la competitividad
Módulo 2	Gestión de proyectos
Módulo 3	Liderazgo y gestión de personas
Módulo 4	Las finanzas empresariales. Un enfoque económico-financiero
Módulo 5	Diseño y desarrollo del producto
Módulo 6	Planificación y control de la producción
Módulo 7	*Lean manufacturing*
Módulo 8	Gestión de la calidad
Módulo 9	La función logística, clave para competir
Módulo 10	Industria 4.0 e inteligencia de negocio. La empresa digitalizada
Módulo 11	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 12	Dirección de Personas y Gestión del Talento
Módulo 13	Dirección Económico-Financiera
Módulo 14	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
Módulo 15	Management Directivo

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH Universidad FUNDEPOS le ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la capacitación, podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionarse usted mismo su tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Claves estratégicas para mejorar la competitividad

1.1. La excelencia en la empresa actual

1.1.1. Adaptación a los entornos VUCA
1.1.2. Satisfacción de los electorados esenciales (*Stakeholders*)
1.1.3. *World Class Manufacturing*
1.1.4. Medida de la Excelencia: *Net Promoter Score*

1.2. Diseño de la estrategia empresarial

1.2.1. Proceso general de definición de la estrategia
1.2.2. Definición de la situación actual. Modelos de posicionamiento
1.2.3. Movimientos estratégicos posibles
1.2.4. Modelos estratégicos de actuación
1.2.5. Estrategias funcionales y organizativas
1.2.6. Análisis del entorno y organizativo. Análisis DAFO para la toma de decisiones

1.3. Despliegue de la estrategia. Cuadro de mando integral

1.3.1. Misión, visión, valores y principios de actuación
1.3.2. Necesidad de un Cuadro de mando integral
1.3.3. Perspectivas a utilizar en el CMI
1.3.4. El Mapa Estratégico
1.3.5. Fase para implementar un buen CMI
1.3.6. El mapa general de un CMI

1.4. La gestión por procesos

1.4.1. Descripción de un proceso
1.4.2. Tipos de proceso. Procesos principales
1.4.3. Priorización de procesos
1.4.4. Representación de un proceso
1.4.5. Medición de los procesos para la mejora
1.4.6. Mapa de procesos
1.4.7. Reingeniería de procesos

1.5. Tipologías estructurales. Las organizaciones ágiles. ERR

1.5.1. Tipologías estructurales
1.5.2. La empresa vista como un sistema adaptable
1.5.3. La empresa horizontal
1.5.4. Características y factores clave de las organizaciones ágiles (ERR)
1.5.5. Las organizaciones del futuro: la organización TEAL

1.6. Diseño de modelos de negocio

1.6.1. Modelo Canvas para el diseño del modelo de negocio
1.6.2. Metodología *Lean Startup* en la creación de nuevos negocios y productos
1.6.3. La estrategia del Océano Azul

1.7. Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad

1.7.1. Responsabilidad Social Corporativa (RSC): ISO 26000
1.7.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS
1.7.3. La Agenda 2030

1.8. *Customer Management*

1.8.1. La necesidad de gestionar las relaciones con los clientes
1.8.2. Elementos del *Customer Management*
1.8.3. La tecnología y el *Customer Management*. Los CRM

1.9. La gestión en entornos internacionales

1.9.1. La importancia de la internacionalización
1.9.2. Diagnóstico del potencial exportador
1.9.3. Elaboración del Plan de Internacionalización
1.9.4. Puesta en marcha del Plan de Internacionalización
1.9.5. Herramientas de ayuda a la exportación

1.10. La Gestión del cambio

1.10.1. La dinámica del cambio en las empresas
1.10.2. Obstáculos al cambio
1.10.3. Factores de adaptación al cambio
1.10.4. Metodología de Kotter para la gestión del cambio

Módulo 2. Gestión de proyectos

2.1. El proyecto
2.1.1. Elementos fundamentales del proyecto
2.1.2. El director de proyecto
2.1.3. El entorno en el que operan los proyectos

2.2. Gestión del alcance del proyecto
2.2.1. Análisis del alcance
2.2.2. Planificación del alcance del proyecto
2.2.3. Control del alcance del proyecto

2.3. Gestión del cronograma
2.3.1. La importancia de la planificación
2.3.2. Gestionar la planificación del proyecto. *Project Schedule*
2.3.3. Tendencias en la gestión del tiempo

2.4. Gestión de costes
2.4.1. Análisis de los costes del proyecto
2.4.2. Selección financiera de proyectos
2.4.3. Planificación de los costes del proyecto
2.4.4. Control de los costes del proyecto

2.5. Calidad, recursos y adquisiciones
2.5.1. Calidad total y dirección de proyectos
2.5.2. Recursos del proyecto
2.5.3. Adquisiciones. El sistema de contratación

2.6. Interesados del proyecto y sus comunicaciones
2.6.1. La importancia de los *Stakeholders*
2.6.2. Gestión de los interesados del proyecto
2.6.3. Las comunicaciones del proyecto

2.7. Gestión de los riesgos del proyecto
2.7.1. Principios fundamentales en la gestión de riesgos
2.7.2. Procesos directivos para la gestión de los riesgos del proyecto
2.7.3. Tendencias en la gestión de riesgos

2.8. Dirección integrada de proyectos
2.8.1. Planificación estratégica y dirección de proyectos
2.8.2. Plan para la dirección del proyecto
2.8.3. Procesos de ejecución y control
2.8.4. Cierre del proyecto

2.9. Metodologías ágiles I: Scrum
2.9.1. Principios de Ágil y Scrum
2.9.2. Equipo Scrum
2.9.3. Eventos de Scrum
2.9.4. Artefactos de Scrum

2.10. Metodologías ágiles II: kanban
2.10.1. Principios de Kanban
2.10.2. Kanban y Scrumban
2.10.3. Certificaciones

Módulo 3. Liderazgo y gestión de personas

3.1. El rol del líder
3.1.1. El liderazgo en la gestión efectiva de personas
3.1.2. Tipos de estilo de decisión en la dirección de personas
3.1.3. El líder Coach
3.1.4. Los equipos autodirigidos y el *empowerment*

3.2. Motivación de equipos
3.2.1. Necesidades y expectativas
3.2.2. El reconocimiento eficaz
3.2.3. ¿Cómo potenciar la cohesión del equipo?

3.3. Comunicación y resolución de conflictos
3.3.1. La comunicación inteligente
3.3.2. Gestión constructiva del conflicto
3.3.3. Estrategias de resolución de conflictos

3.4. La inteligencia emocional en la gestión de personas
3.4.1. Emoción, sentimiento y estado de ánimo
3.4.2. La inteligencia emocional
3.4.3. Modelo de habilidad (Mayer y Salovey): identificar, usar, comprender y manejar
3.4.4. La Inteligencia Emocional y la selección del personal

3.5. Indicadores en la gestión de personas
3.5.1. Productividad
3.5.2. Rotación de personal
3.5.3. Tasa de retención del talento
3.5.4. Índice de satisfacción del personal
3.5.5. Tiempo promedio de las vacantes pendientes de cubrir
3.5.6. Tiempo de capacitación promedio
3.5.7. Tiempo promedio en alcanzar metas
3.5.8. Niveles absentismo
3.5.9. Accidentabilidad laboral

3.6. Evaluación del desempeño
3.6.1. Componentes y ciclo de evaluación del desempeño
3.6.2. Evaluación 360º
3.6.3. Gestión del desempeño: un proceso y un sistema
3.6.4. Dirección por objetivos
3.6.5. Funcionamiento del proceso de evaluación de desempeño

3.7. Plan de Formación
3.7.1. Principios fundamentales
3.7.2. Identificación de las necesidades de formación
3.7.3. Plan de formación
3.7.4. Indicadores de formación y desarrollo

3.8. Identificación del potencial
3.8.1. El potencial
3.8.2. Habilidades blandas como un iniciador clave de alto potencial
3.8.3. Metodologías para la identificación del potencial: evaluación de agilidad de aprendizaje (*Lominger*) y factores de crecimiento

3.9. El mapa del talento
3.9.1. Matriz George Odiorne-4 Casillas
3.9.2. Matriz de 9 casillas
3.9.3. Acciones estratégicas para lograr resultados efectivos del talento

3.10. Estrategia de desarrollo y ROI del talento
3.10.1. Modelo de aprendizaje 70-20-10 para habilidades blandas
3.10.2. Rutas de carrera y sucesión
3.10.3. ROI del talento

Módulo 4. Las finanzas empresariales. Un enfoque económico-financiero

4.1. La empresa en nuestro entorno
4.1.1. Los costes de producción
4.1.2. Las empresas en los mercados competitivos
4.1.3. La competencia monopolística

4.2. Análisis de los estados financieros I: el Balance
4.2.1. El activo. Los recursos a CP y LP
4.2.2. El pasivo. Las obligaciones a CP y LP
4.2.3. El patrimonio neto. Rentabilidad para los accionistas

4.3. Análisis de los estados financieros II: la Cuenta de Resultados
4.3.1. La estructura de la Cuenta de Resultados. Ingresos, costes, gastos y resultado
4.3.2. Principales ratios para analizar la Cuenta de Resultados
4.3.3. Análisis de la rentabilidad

4.4. Gestión de tesorería
4.4.1. Cobros y pagos. Previsión del *Cash-Forecast*
4.4.2. Impacto y gestión de los deficits/excedentes de tesorería. Medidas correctoras
4.4.3. Análisis de los flujos de efectivo
4.4.4. Gestión e impacto de la cartera de impagados

4.5. Fuentes de financiación a CP y LP
4.5.1. Financiación a CP, instrumentos
4.5.2. Financiación a LP, instrumentos
4.5.3. Los tipos de interés y su estructura

4.6. Interacción entre la empresa y la banca
4.6.1. El sistema financiero y el negocio bancario
4.6.2. Productos bancarios para la empresa
4.6.3. La empresa analizada por la banca

4.7. Contabilidad analítica o de costes
4.7.1. Clases de costes. Decisiones basadas en costes
4.7.2. El *Full Costing*
4.7.3. El *Direct Costing*
4.7.4. Modelo de costes por centros y por actividades

4.8. Análisis y valoración de inversiones
4.8.1. La empresa y las decisiones de inversión. Escenarios y situaciones
4.8.2. Valoración de inversiones
4.8.3. Valoración de empresas

4.9. Contabilidad de Sociedades
4.9.1. Ampliación y reducción de capital
4.9.2. Disolución, liquidación y transformación de sociedades
4.9.3. Combinación de sociedades: fusiones y adquisiciones

4.10. Finanzas del comercio exterior
4.10.1. Los mercados exteriores: la decisión de exportar
4.10.2. El mercado de divisas
4.10.3. Medios de pago y cobro internacionales
4.10.4. Transportes, incoterms y seguros

Módulo 5. Diseño y desarrollo del producto

5.1. QFD en diseño y desarrollo del producto (*Quality Function Deployment*)
5.1.1. De la voz del cliente a los requerimientos técnicos
5.1.2. La casa de la Calidad / Fases para su desarrollo
5.1.3. Ventajas y limitaciones

5.2. *Design Thinking* (Pensamiento de Diseño)
5.2.1. Diseño, necesidad, tecnología y estrategia
5.2.2. Etapas del Proceso
5.2.3. Técnicas y herramientas utilizadas

5.3. Ingeniería concurrente
5.3.1. Fundamentos de la Ingeniería concurrente
5.3.2. Metodologías de la Ingeniería concurrente
5.3.3. Herramientas utilizadas

5.4. Programa. Planificación y definición
5.4.1. Requerimientos. Gestión de la calidad
5.4.2. Fases de desarrollo. Gestión del tiempo
5.4.3. Materiales, factibilidad, procesos. Gestión del coste
5.4.4. Equipo de proyecto. Gestión de los Recursos Humanos
5.4.5. Información. Gestión de las comunicaciones
5.4.6. Análisis de riesgos. Gestión del riesgo

5.5. Producto. Su diseño (CAD) y desarrollo
5.5.1. Gestión de la información /PLM / Ciclo de vida del producto
5.5.2. Modos y efectos de fallo del producto
5.5.3. Construcción CAD. Revisiones
5.5.4. Planos de producto y fabricación
5.5.5. Verificación diseño

5.6. Prototipos. Su desarrollo
5.6.1. Prototipado rápido
5.6.2. Plan de control
5.6.3. Diseño de experimentos
5.6.4. Análisis de los sistemas de medida

5.7. Proceso productivo. Diseño y desarrollo
5.7.1. Modos y efectos del fallo del proceso
5.7.2. Diseño y construcción de utillajes de fabricación
5.7.3. Diseño y construcción de utillajes de control (galgas)
5.7.4. Fase de ajustes
5.7.5. Puesta en planta producción
5.7.6. Evaluación inicial del proceso

5.8. Producto y proceso. Su validación
5.8.1. Evaluación de los sistemas de medición
5.8.2. Ensayos de validación
5.8.3. Control estadístico del proceso (SPC)
5.8.4. Certificación producto

5.9. Gestión del cambio. Mejora y acciones correctivas
5.9.1. Tipos de cambio
5.9.2. Análisis de la variabilidad, mejora
5.9.3. Lecciones aprendidas y prácticas probadas
5.9.4. Proceso del cambio

5.10. Innovación y transferencia tecnológica
5.10.1. Propiedad Intelectual
5.10.2. Innovación
5.10.3. Transferencia tecnológica

Módulo 6. Planificación y control de la producción

6.1. Fases de la planificación de la producción
6.1.1. Planificación avanzada
6.1.2. Previsión de ventas, métodos
6.1.3. Definición del *Takt-Time*
6.1.4. Plan de materiales-MRP-Stock mínimo
6.1.5. Plan de personal
6.1.6. Necesidad de equipamiento

6.2. Plan de producción (PDP)
6.2.1. Factores a tener en cuenta
6.2.2. Planificación *push*
6.2.3. Planificación *pull*
6.2.4. Sistemas mixtos

6.3. Kanban
6.3.1. Tipos de Kanban
6.3.2. Usos del Kanban
6.3.3. Planificación autónoma: 2 Bin Kanban

6.4. Control de la producción
6.4.1. Desviaciones del PDP y reporte
6.4.2. Seguimiento del rendimiento en producción: OEE
6.4.3. Seguimiento de la capacidad total: TEEP

6.5. Organización de la producción
6.5.1. Equipo de producción
6.5.2. Ingeniería de procesos
6.5.3. Mantenimiento
6.5.4. Control de materiales

6.6. Mantenimiento Productivo Total (TPM)
6.6.1. Mantenimiento correctivo
6.6.2. Mantenimiento autónomo
6.6.3. Mantenimiento preventivo
6.6.4. Mantenimiento predictivo
6.6.5. Indicadores de eficiencia del mantenimiento MTBF-MTTR

6.7. Distribución en planta
6.7.1. Factores condicionantes
6.7.2. Producción en línea
6.7.3. Producción en células de trabajo
6.7.4. Aplicaciones
6.7.5. Metodología SLP

6.8. Just-In-Time (JIT)
6.8.1. Descripción y orígenes del JIT
6.8.2. Objetivos
6.8.3. Aplicaciones del JIT. Secuenciación de producto

6.9. Teoría de las restricciones (TOC)
6.9.1. Principios fundamentales
6.9.2. Los 5 pasos de TOC y su aplicación
6.9.3. Ventajas e inconvenientes

6.10. *Quick Response Manufacturing* (QRM)
6.10.1. Descripción
6.10.2. Puntos clave para la estructuración
6.10.3. Implementación del QRM

Módulo 7. *Lean manufacturing*

7.1. El pensamiento LEAN
7.1.1. Estructura del sistema LEAN
7.1.2. Los principios del LEAN
7.1.3. *Lean* frente a los procesos de manufactura tradicional

7.2. El despilfarro en la empresa
7.2.1. Valor vs. Despilfarro en entornos LEAN
7.2.2. Tipos de desperdicio (MUDAS)
7.2.3. El proceso de pensamiento LEAN

7.3. LAS 5 S
7.3.1. Los principios de las 5S y cómo pueden ayudarnos a mejorar la productividad
7.3.2. Las 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke
7.3.3. Implementación de las 5S en la empresa

7.4. Herramientas LEAN de diagnóstico. VSM. Mapas de flujo de valor
7.4.1. Actividades que añaden valor (VA), actividades necesarias (NNVA) y actividades que no añaden valor (NVA)
7.4.2. Las 7 herramientas del *Value Stream mapping* (Mapa de flujo de valor)
7.4.3. Mapeo de la actividad del proceso
7.4.4. Mapeo de la respuesta de la *Supply chain*
7.4.5. El embudo de la variedad de producción
7.4.6. Mapeo del filtro de la calidad
7.4.7. Mapeo de la amplificación de la demanda
7.4.8. Análisis de puntos de decisión
7.4.9. Mapeo de la estructura física

7.5. Herramientas LEAN operativas
7.5.1. SMED
7.5.2. JIDOKA
7.5.3. POKAYOKE
7.5.4. Reducción de lotes
7.5.5. POUS

7.6. Herramientas LEAN de seguimiento, planificación y control de la producción
7.6.1. Gestión visual
7.6.2. Estandarización
7.6.3. Nivelación de la producción (Heijunka)
7.6.4. Manufactura en células

7.7. El método Kaizen para la mejora continua
7.7.1. Principios del Kaizen
7.7.2. Metodologías Kaizen: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
7.7.3. Herramientas de resolución de problemas. A3 *report*
7.7.4. Principales obstáculos para la implementación del Kaizen

7.8. Hoja de ruta para la implantación LEAN
7.8.1. Aspectos generales de la implantación
7.8.2. Fases de la implantación
7.8.3. Las tecnologías de la información en la implantación LEAN
7.8.4. Factores de éxito en la aplicación LEAN

7.9. KPIs de medida de los resultados LEAN
7.9.1. OEE-eficiencia global de los equipos
7.9.2. TEEP-Rendimiento efectivo total de los equipos
7.9.3. FTT-Calidad a la primera
7.9.4. DTD-Tiempo de muelle a muelle
7.9.5. OTD-Entregas a tiempo
7.9.6. BTS-Fabricación según programa
7.9.7. ITO-Tasa de rotación de inventario
7.9.8. RVA-Ratio Valor Añadido
7.9.9. PPMs-Partes por millón de defectos
7.9.10. FR-Tasa de cumplimiento de entregas
7.9.11. IFA-Índice de frecuencia de accidentes

7.10. La dimensión humana del LEAN. Sistemas de participación del personal
7.10.1. El equipo en el proyecto LEAN. Aplicación del trabajo en equipo
7.10.2. Polivalencia de los operarios
7.10.3. Grupos de mejora
7.10.4. Programas de sugerencias

Módulo 8. Gestión de la calidad

8.1. La calidad total
8.1.1. La gestión de la calidad total
8.1.2. Cliente externo y cliente interno
8.1.3. Los costes de calidad
8.1.4. La mejora continua y la filosofía de Deming

8.2. Sistema de gestión de la calidad ISO 9001:15
8.2.1. Los 7 principios de la gestión de la calidad en ISO 9001:15
8.2.2. El enfoque a procesos
8.2.3. Requisitos norma ISO 9001:15
8.2.4. Etapas y recomendaciones para su implantación
8.2.5. Despliegue de objetivos en un modelo tipo *Hoshin-Kanri*
8.2.6. Auditoria de certificación

8.3. Sistemas integrados de gestión
8.3.1. Sistema de gestión medioambiental: ISO 14000
8.3.2. Sistema de gestión de riesgos laborales: ISO 45001
8.3.3. La integración de los sistemas de gestión

8.4. La excelencia en la gestión: modelo EFQM
8.4.1. Principios y fundamentos del modelo EFQM
8.4.2. Los nuevos criterios del modelo EFQM
8.4.3. Herramienta de diagnóstico EFQM: matrices REDER

8.5. Herramientas de la calidad
8.5.1. Las herramientas básicas
8.5.2. SPC control estadístico del proceso
8.5.3. Plan de control y pautas de control para la gestión de la calidad del producto

8.6. Herramientas avanzadas y herramientas de resolución de problemas
8.6.1. AMFE
8.6.2. Informe 8D
8.6.3. Los 5 ¿Por qué?
8.6.4. Los 5W + 2H
8.6.5. *Benchmarking*

8.7. Metodología de mejora continua I: PDCA
8.7.1. El ciclo PDCA y sus etapas
8.7.2. Aplicación del ciclo PDCA al desarrollo del *Lean Manufacturing*
8.7.3. Claves para el éxito de proyectos PDCA

8.8. Metodología de mejora continua II: Six-Sigma
8.8.1. Descripción del Six-Sigma
8.8.2. Principios del Six-Sigma
8.8.3. Selección de proyectos Six-Sigma
8.8.4. Etapas en un proyecto Six-Sigma. Metodología DMAIC
8.8.5. Roles en el Six-Sigma
8.8.6. Six-Sigma y *Lean Manufacturing*

8.9. Calidad Proveedores. Auditorías. Ensayos y laboratorio
8.9.1. Calidad de recepción. Calidad concertada
8.9.2. Auditorías internas sistema de gestión
8.9.3. Auditorias de producto y de proceso
8.9.4. Fases para realizar auditorías
8.9.5. Perfil del auditor
8.9.6. Ensayos, laboratorio y metrología

8.10. Aspectos organizativos en la gestión de la calidad
8.10.1. El papel de la dirección en la gestión de la calidad
8.10.2. Organización del área de calidad y la relación con otras áreas
8.10.3. Los círculos de calidad

Módulo 9. La función logística, clave para competir

9.1. La función logística y la cadena de suministro
9.1.1. La logística clave del éxito de una empresa
9.1.2. Retos de la logística
9.1.3. Actividades clave de la logística. Cómo obtener valor de la función logística
9.1.4. Tipos de cadenas de suministro
9.1.5. La gestión de la cadena de suministros
9.1.6. Costes de la función logística

9.2. Estrategias de optimización en logística
9.2.1. Estrategia del *cross-docking*
9.2.2. Aplicación de la metodología agile a la gestión logística
9.2.3. *Outsourcing* de procesos logísticos
9.2.4. El *picking* o la preparación eficiente de pedidos

9.3. *LEAN logistics*
9.3.1. *LEAN logistics* en la gestión de la cadena de suministro
9.3.2. Análisis de los desperdicios en la cadena logística
9.3.3. Aplicación de un sistema lean en la gestión de la cadena de suministro

9.4. La gestión de almacenes y su automatización
9.4.1. La función de los almacenes
9.4.2. La gestión de un almacén
9.4.3. Gestión de stocks
9.4.4. Tipología de almacenes
9.4.5. Unidades de carga
9.4.6. Organización de un almacén
9.4.7. Elementos de almacenaje y manutención

9.5. La gestión del aprovisionamiento
9.5.1. El rol de la distribución como parte esencial de la logística. Logística interna vs. Logística externa
9.5.2. La relación tradicional con los proveedores
9.5.3. El nuevo paradigma de la relación con los proveedores
9.5.4. ¿Cómo clasificar y seleccionar a nuestros proveedores?
9.5.5. ¿Cómo desarrollar una gestión del aprovisionamiento eficaz?

9.6. Sistemas de información y control logísticos
9.6.1. Requisitos de un sistema de información y control logístico
9.6.2. 2 tipos de sistemas de información y control logísticos
9.6.3. Aplicaciones del *Big Data* en la gestión logística
9.6.4. La importancia de los datos en la gestión logística
9.6.5. El cuadro de mando integral aplicado a la logística. Principales indicadores de manejo y control

9.7. La logística inversa
9.7.1. Claves de la logística inversa
9.7.2. Flujos de la logística inversa vs. Directa
9.7.3. Operaciones enmarcadas dentro de la logística inversa
9.7.4. ¿Cómo implementar un canal de distribución inverso?
9.7.5. Alternativas finales para los productos en el canal inverso
9.7.6. Costes de la logística inversa

9.8. Nuevas estrategias logísticas
9.8.1. Inteligencia artificial y robotización
9.8.2. Logística verde y sostenibilidad
9.8.3. Internet de las Cosas aplicado a la logística
9.8.4. El almacén digitalizado
9.8.5. *E-business* y los nuevos modelos de distribución
9.8.6. La importancia de la logística de última milla

9.9. *Benchmarking* de cadenas de distribución
9.9.1. Puntos en común de las cadenas de valor exitosas
9.9.2. Análisis de la cadena de valor del grupo Inditex
9.9.3. Análisis de la cadena de valor de Amazon

9.10. La logística de la pandemia
9.10.1. Escenario general
9.10.2. Puntos críticos de la cadena de suministro en un escenario de pandemia
9.10.3. Implicaciones de los requisitos de la cadena de frío en el establecimiento de la cadena de suministro de la vacuna
9.10.4. Tipos de cadenas de suministro para la distribución de las vacunas

Módulo 10. Industria 4.0 e inteligencia de negocio. La empresa digitalizada

10.1. Automatización y robótica industrial
10.1.1. Fases en la automatización de procesos
10.1.2. *Hardware* industrial para la automatización y robótica
10.1.3. El ciclo de trabajo y su programación *software*

10.2. Automatización de procesos: RPA
10.2.1. Procesos administrativos automatizables
10.2.2. Estructura del software
10.2.3. Ejemplos de aplicación

10.3. Sistemas MES, SCADA, GMAO, SGA, MRPII
10.3.1. Control de la producción con sistemas MES
10.3.2. Ingeniería y mantenimiento: SCADA Y GMAO
10.3.3. Aprovisionamiento y logística: SGA Y MPRII

10.4. Software de *Business Intelligence*
10.4.1. Fundamentos del BI
10.4.2. Estructura del software
10.4.3. Posibilidades de su aplicación

10.5. Software ERP
10.5.1. Descripción del ERP
10.5.2. Alcance de su uso
10.5.3. Principales ERP del mercado

10.6. IoT y *Business Intelligence*
10.6.1. IoT: el mundo conectado
10.6.2. Fuentes de datos
10.6.3. Control total mediante IoT + BI
10.6.4. *Blockchain*

10.7. Principales softwares BI del mercado
10.7.1. *Power Bi*
10.7.2. *Qlik*
10.7.3. *Tableau*

10.8. *Microsoft Powe Bi*
10.8.1. Características
10.8.2. Ejemplos de aplicación
10.8.3. El futuro de *Power Bi*

10.9. *Machine learning*, inteligencia artificial, optimización y predicción en la empresa
10.9.1. *Machine learning* e inteligencia artificial
10.9.2. Optimización de procesos
10.9.3. La importancia del *forecasting* basado en datos

10.10. *Big Data* aplicado al entorno empresarial
10.10.1. Aplicaciones en el entorno productivo
10.10.2. Aplicaciones a nivel de dirección estratégica
10.10.3. Aplicaciones en Marketing y ventas

Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

11.1. Globalización y Gobernanza
11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

11.2. Liderazgo
11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
11.2.2. Liderazgo en las empresas
11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas

11.3. *Cross Cultural Management*
11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
11.3.3. Gestión de la Diversidad

11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
11.4.2. Concepto de Liderazgo
11.4.3. Teorías del Liderazgo
11.4.4. Estilos de Liderazgo
11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

11.5. Ética empresarial
11.5.1. Ética y Moral
11.5.2. Ética Empresarial
11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

11.6. Sostenibilidad
11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
11.6.2. Agenda 2030
11.6.3. Las empresas sostenibles

11.7. Responsabilidad Social de la Empresa
11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC

11.9. Multinacionales y derechos humanos
11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

11.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

12.1. Dirección Estratégica de personas
12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
12.1.2. Dirección estratégica de personas

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
12.2.1. Análisis del potencial
12.2.2. Política de retribución
12.2.3. Planes de carrera/sucesión

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
12.3.1. La gestión del rendimiento
12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
12.4.3. Fidelización y retención
12.4.4. Proactividad e innovación

12.5. Motivación
12.5.1. La naturaleza de la motivación
12.5.2. La teoría de las expectativas
12.5.3. Teorías de las necesidades
12.5.4. Motivación y compensación económica

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

12.7. Gestión del cambio
12.7.1. Gestión del cambio
12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

12.8. Negociación y gestión de conflictos
12.8.1. Negociación
12.8.2. Gestión de Conflictos
12.8.3. Gestión de Crisis

12.9. Comunicación directiva
12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
12.9.2. Departamentos de Comunicación
12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
12.10.1. La productividad
12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

13.1. Entorno Económico
13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
13.1.2. Instituciones financieras
13.1.3. Mercados financieros
13.1.4. Activos financieros
13.1.5. Otros entes del sector financiero

13.2. Contabilidad Directiva
13.2.1. Conceptos básicos
13.2.2. El Activo de la empresa
13.2.3. El Pasivo de la empresa
13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
13.2.5. La Cuenta de Resultados

13.3. Sistemas de información y Business Intelligence
13.3.1. Fundamentos y clasificación
13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
13.3.3. Elección de centro de costes y efecto

13.4. Presupuesto y Control de Gestión
13.4.1. El modelo presupuestario
13.4.2. El Presupuesto de Capital
13.4.3. La Presupuesto de Explotación
13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
13.4.6. Seguimiento del Presupuesto

13.5. Dirección Financiera
13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
13.5.2. El departamento financiero
13.5.3. Excedentes de tesorería
13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

13.6. Planificación Financiera
13.6.1. Definición de la planificación financiera
13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
13.6.4. El cuadro *Cash Flow*
13.6.5. El cuadro de circulante

13.7. Estrategia Financiera Corporativa
13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

13.8. Financiación Estratégica
13.8.1. La autofinanciación
13.8.2. Ampliación de fondos propios
13.8.3. Recursos Híbridos
13.8.4. Financiación a través de intermediarios

13.9. Análisis y planificación financiera
13.9.1. Análisis del Balance de Situación
13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
13.9.3. Análisis de la Rentabilidad

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

14.1. Dirección comercial
14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
14.1.2. Estrategia y planificación comercial
14.1.3. El rol de los directores comerciales

14.2. Marketing
14.2.1. Concepto de Marketing
14.2.2. Elementos básicos del marketing
14.2.3. Actividades de marketing de la empresa

14.3. Gestión Estratégica del Marketing
14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

14.4. Marketing digital y comercio electrónico
14.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
14.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
14.4.4. Categorías del comercio electrónico
14.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional

14.5. Marketing digital para reforzar la marca
14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
14.5.2. *Branded Content & Storytelling*

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
14.6.2. *Visitor Relationship Management*
14.6.3. Hipersegmentación

14.7. Gestión de campañas digitales
14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital

14.8. Estrategia de ventas
14.8.1. Estrategia de ventas
14.8.2. Métodos de ventas

14.9. Comunicación Corporativa
14.9.1. Concepto
14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
14.9.5. Elementos de la comunicación
14.9.6. Problemas de la comunicación
14.9.7. Escenarios de la comunicación

14.10. Comunicación y reputación digital
14.10.1. Reputación online
14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
14.10.3. Herramientas de reputación online
14.10.4. Informe de reputación online
14.10.5. *Branding* online

Módulo 15. *Management* Directivo

15.1. General Management
15.1.1. Concepto de General Management
15.1.2. La acción del Manager General
15.1.3. El Director General y sus funciones
15.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección

15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

15.3. Dirección de operaciones
15.3.1. Importancia de la dirección
15.3.2. La cadena de valor
15.3.3. Gestión de calidad

15.4. Oratoria y formación de portavoces
15.4.1. Comunicación interpersonal
15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
15.4.3. Barreras en la comunicación

15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
15.5.1. La comunicación interpersonal
15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
15.5.3. La comunicación en la organización
15.5.4. Herramientas en la organización

15.6. Comunicación en situaciones de crisis
15.6.1. Crisis
15.6.2. Fases de la crisis
15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

15.7. Preparación de un plan de crisis
15.7.1. Análisis de posibles problemas
15.7.2. Planificación
15.7.3. Adecuación del personal

15.8. Inteligencia emocional
15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
15.8.3. Autoestima y comunicación emocional

15.9. Branding Personal
15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
15.9.2. Leyes del branding personal
15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

15.10. Liderazgo y gestión de equipos
15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
15.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
15.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
15.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

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

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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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

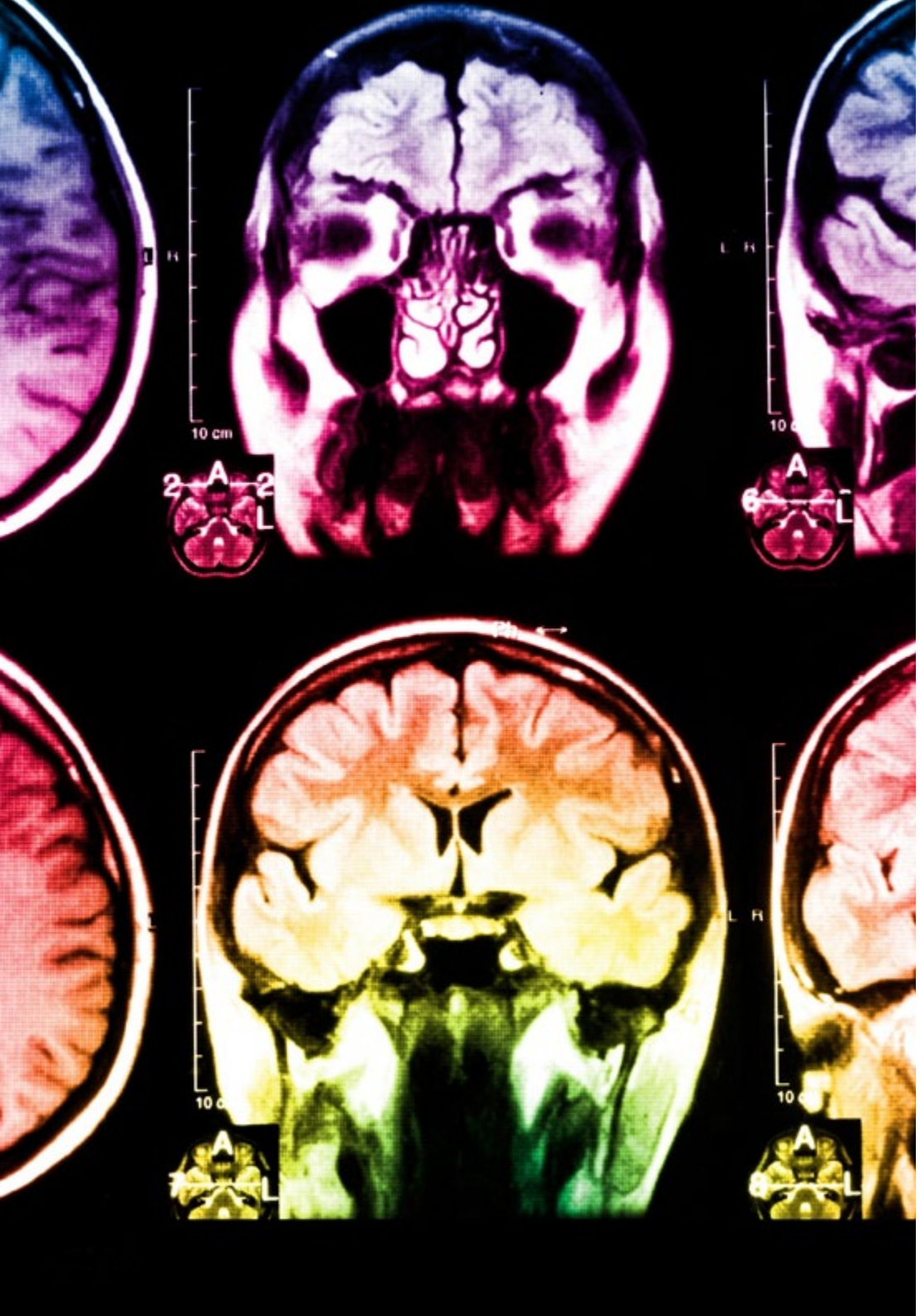
TECH Universidad FUNDEPOS aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

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 Universidad FUNDEPOS 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 capacitado más 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 Universidad FUNDEPOS. 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.

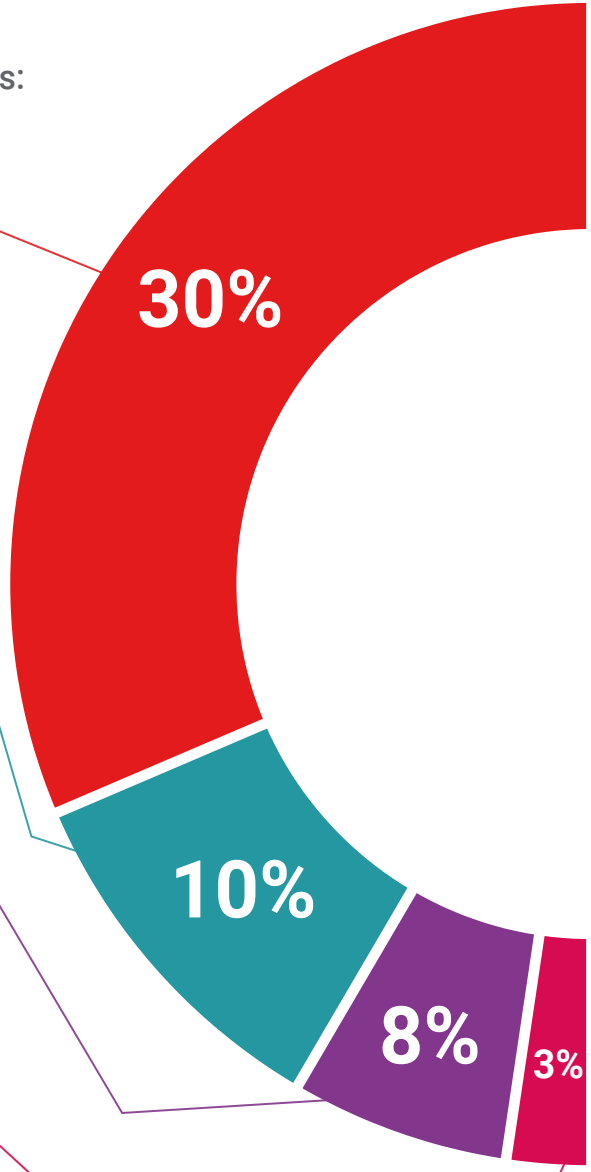
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

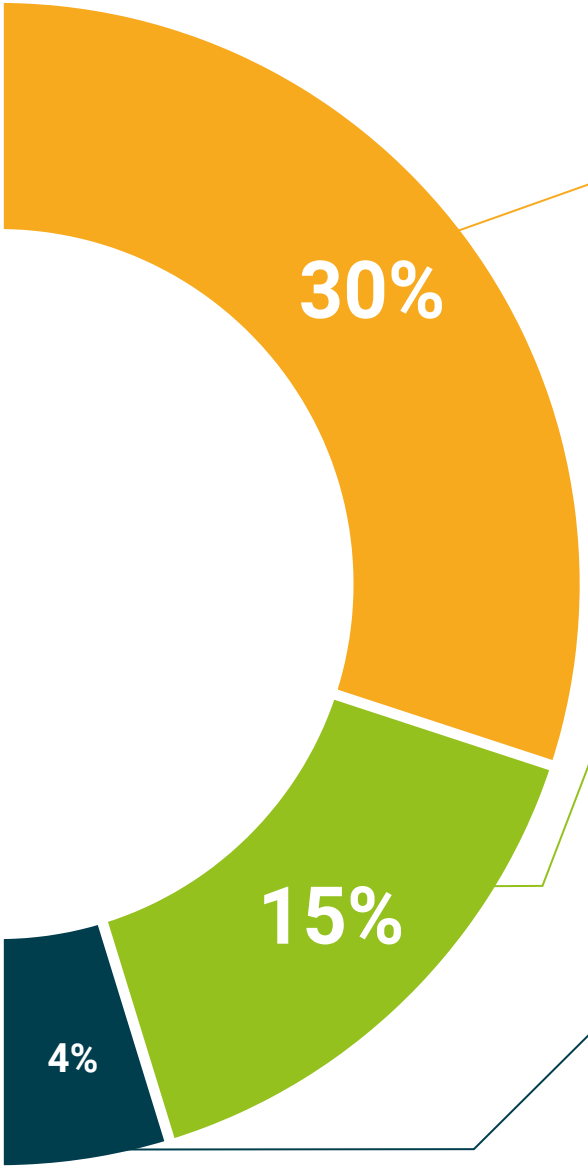
Prácticas de habilidades directivas

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 Universidad FUNDEPOS el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH Universidad FUNDEPOS 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

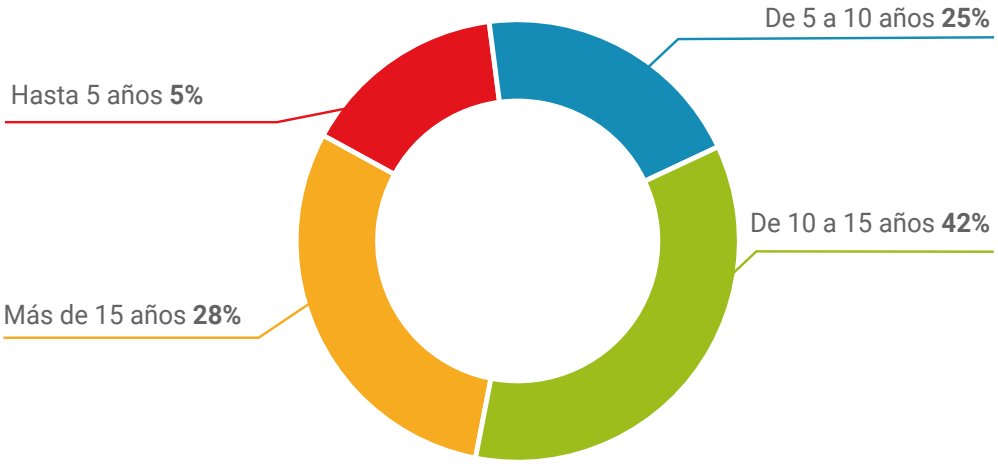
Este Máster Título Propio está dirigido a ingenieros y licenciados con experiencia que quieran profundizar y actualizarse en todos los aspectos necesarios a tener en cuenta para la adecuada gestión de una empresa industrial. Los estudiantes provenientes de estas titulaciones deben tener una base de conocimientos suficiente para cursar los módulos del plan de estudios. También podrán realizar el Máster Título Propio los profesionales que siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo del MBA en Industrial Management.

Si tienes experiencia en gestión de proyectos y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa"

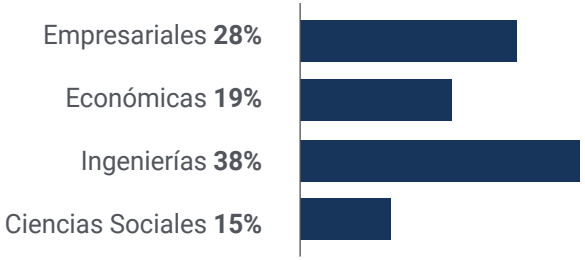
Edad media

Entre **35** y **45** años

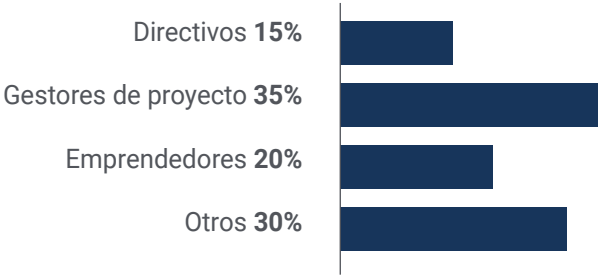
Años de experiencia



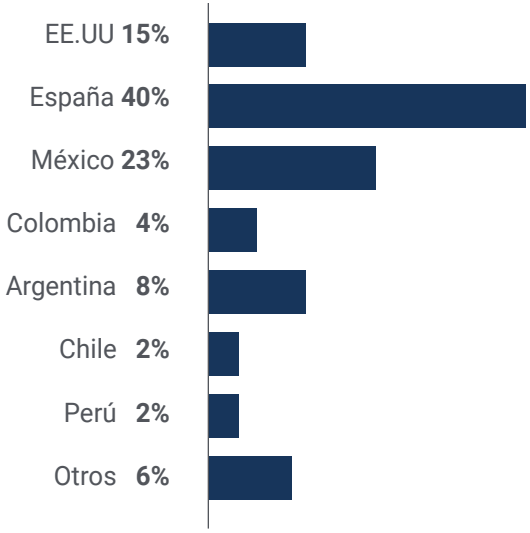
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Adriana Sánchez

Project manager

"Gracias a la realización de este Máster Título Propio he logrado ampliar mis conocimientos en un área fundamental para mi desarrollo profesional. Sin duda, ha sido una oportunidad única para mejorar en mi práctica diaria y lograr el aprendizaje necesario para aplicar nuevas técnicas en mi trabajo"

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en todo lo relativo a la gestión de proyectos y al MBA en Industrial Management, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros expertos de reconocido prestigio en áreas afines que completan el Máster Título Propio de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.

Aprende de profesionales de referencia las últimas tendencias en MBA en Industrial Management y conviértete tú en un experto en la materia"

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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS! 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 Universidad FUNDEPOS 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**.

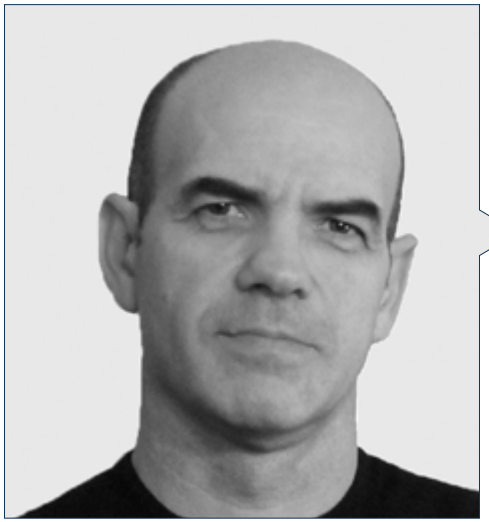
Finalmente, cabe destacar que inició su carrera en el **ámbito deportivo** mientras trabajaba en **Nueva York** como **analista estratégico principal** para **Roger Goodell** en la **Liga Nacional de Fútbol (NFL)** y, anteriormente, como **Pasante Jurídico** en la **Federación de Fútbol de Estados Unidos.**

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!"

Dirección



Dr. Asensi, Francisco Andrés

- Doctor Ingeniero Industrial en Organización de Empresas por la Universidad de Castilla la Mancha (UCLM)
- Ingeniero Superior Industrial en Organización Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia
- Ha trabajado en varias áreas, como Ingeniería, Calidad, Producción, Logística, Sistemas de Información y RR.HH, en empresas de varios sectores industriales
- Ha implantado y desarrollado multitud de sistemas de gestión para la excelencia (Calidad, Cuadro de Mando, *Lean Manufacturing*, Mejora Continua y Mejora de Procesos) en varias empresas industriales
- Coach en *Coaching* Estratégico
- Autor de varios libros de empresa: "La Empresa Adaptable", "*Lean Manufacturing*: Indicadores Clave utilizados para gestionar de manera eficiente la Mejora Continua", "Lean Manufacturing: Claves para la mejora del flujo de materiales"
- Autor de varios libros de Desarrollo Personal y Profesional: "Líder Total", "Autocoaching"

Profesores

Dña. Mollá Latorre, Korinna

- Responsable de proyectos internacionales de AITEX, Instituto Tecnológico Textil donde ha adquirido amplia experiencia en la gestión de grandes proyectos y equipos, relacionados con materiales y tecnologías textiles, así como la gestión de operaciones, logística y cadena de suministro en industrias del sector
- Ingeniero Industrial, especializada en Organización Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia
- Certificado por la *American Production and Inventory Control Society* (EEUU) en Gestión de la producción e Inventarios y en Gestión Integral de Recursos
- Directora de Operaciones y Logística para Colortex, S.A. desde 1993 a 2008, implementando un sistema de Lean Manufacturing en las operaciones de la empresa
- Técnico de proyectos para AIJU, Instituto Tecnológico del Juguete (1992-1993)

D. Ibáñez Capella, Juan

- Responsable de Instalaciones y Proyectos en la empresa *Power Electronics* en Valencia donde ha estado al cargo de la ejecución del proyecto de la nueva sede de la empresa con 50.000m2 de planta y 10.000m2 de oficinas
- Ingeniero Superior Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia
- MBA en Industrial Management. IESE Business School. Universidad de Navarra
- *Project Manager Professional* PMP® #2914541
- Ha sido responsable de Proyectos de Instalaciones en la empresa Ferrovial
- Ha participado en la ejecución de importantes proyectos como: Planta de acero galvanizado SOLMED en Sagunto (Valencia), Participación en las obras de la Estación del AVE de Zaragoza y en las obras de la 32 ed. de la Copa América en Valencia

D. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- Responsable de diversos departamentos técnicos (Desarrollo de Producto, Ingeniería Avanzada, Gestión de proyectos, Innovación, Gestión de Calidad)
- Licenciado en Ingeniería Industrial (Mecánica) por La Universidad Politécnica De Valencia
- Desarrollo del sistema de gestión de calidad según ISO TS 16949 e IATF 16949
- Participación en patentes de nuevos productos
- Desarrollo del sistema de gestión del cambio
- Responsable del sistema de gestión del conocimiento a nivel global
- Desarrollo del sistema de especialización de Ingeniería a nivel global

D. Navarro Jarque, Francisco

- Profesional de Recursos Humanos con más de 20 años de experiencia, con especialización académica en Psicología y perfil generalista con clara orientación de servicio al cliente interno y aportando valor desde todos los ámbitos del área
- Más de 10 años trabajando en ISTOBAL, aportando experiencia en la negociación colectiva e individual, captación y retención de talento, desarrollo de políticas de retribución, compensación y beneficios, y prevención de riesgos laborales, incluyendo planes para la prevención de riesgos psicosociales
- Durante su carrera ha desarrollado las habilidades necesarias para adaptar las acciones de RR.HH a situaciones cambiantes y entornos complejos

D. Giner Sanchis, David

- Gestor de Portafolios y Programas en una Oficina de Gestión de Proyectos (PMO). Con el seguimiento del cumplimiento de indicadores del BSC y acciones establecidas para el alineamiento con la estrategia de la compañía
- Ingeniero Químico con Máster en la Dirección y Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica de Valencia y Máster Oficial Project Management por la Universidad Europea de Valencia
- Más de 6 años como gestor de proyectos en el sector industrial, supervisando y comunicando el progreso en relación con el plan de proyecto/despliegue, el plazo y los hitos clave
- Dispone de las certificaciones *Project Management Professional* (PMP), *Project Management Office Certified Practitioner* (PMO-CP), *Agile Scrum Foundation y Design Thinking Professional Certificate* (DTPC) Miembro de la Junta Directiva del Capítulo del PMI Valencia

D. Del Olmo, Daniel

- Fundador de Enira *Engineering* S.L. en 2018, con dos productos reconocidos como innovadores en Industria 4.0 por organismos oficiales (*FactoryBI y Smart Extrusion)*
- Especialización en Ingeniería superior industrial, especialidad Electrónica y Automática
- Profesionalmente ha trabajado fundamentalmente en multinacionales del sector de la automatización industrial y de automoción como Responsable de Ingeniería de planta.
- Experiencia en Toyota *Production System* (TPS) durante 4 años de permanencia en NHK *Springs* Co LTD. Japan, especialización recibida en Japón
- Docente en el Máster MBA de Operaciones en la Universidad Europea de Valencia (2018)

Dña. Aleixandre Andreu, María José

- Diplomada en Ciencias Empresariales por la UV
- II curso directores oficina, especialización interna Caja de Ahorros del Mediterráneo especialización práctica y teórica
- Tutora de prácticas Universidad Politécnica de Valencia. Años 1998 a 2005
- Tutora de Prácticas Universidad de Valencia años 1998 a 2007
- Curso de 2 años directores de oficina impartido por Fundesem
- Certificación EFA de la EPFA
- Certificación LCCI por la Universidad Carlos III
- Técnica y habilidades para capacitadores. Por la Universidad Autónoma de Barcelona, Octubre 2019
- Directora de Banca Comercial de Caja del Mediterráneo y de Banco Sabadell

D. Lucero Palau, Tomás

- Director de Operaciones, Calidad, Ingeniería y Mantenimiento en varias empresas industriales y del sector de la automoción
- Ingeniero Superior Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia
- MBA por ESTEMA Escuela de Negocios
- Experto en Lean Management, aplicado en varias empresas como consultor
- Ponente en el curso ABC de las Operaciones y la Logística de EDEM

D. Morado Vázquez, Eduardo

- Ingeniero Superior Industrial en Diseño de Producto por la UPV (2000)
- Aseguramiento de Calidad en *Ford Motor Company*, (2000-2004)
- MBA y (2011) Master Superior en Prevención de Riesgos Laborales (2005)
- Implantación y liderazgo de proyectos de Ingeniería en plantas de fabricación del sector de la automoción y del sector químico, para multinacionales de primer nivel (España, UK, Alemania, Mexico), (2004-2021)
- Amplia experiencia como *Key User* y capacitador en la implantación de Sistemas de Gestión de Calidad, Seguridad, Medio ambiente (ISO, OSHAS, GMP), ERPs (SAP, Ross) y en las herramientas de gestión de calidad (6-Sigma, FMEA, 8D, QCP), y como PM de Ingeniería y Mantenimiento, mejora continua y de procesos (TPM, R&M, APQP, LRR, PSM, SMED, Poka-Yoke, etc.)
- Colaboración como Mentor del alumnado en la UPV y en distintas iniciativas de organizaciones y fundaciones sin ánimo de lucro para la promoción del STEM en jóvenes de entre 6 y 18 años.(2000-2018)

10

Impacto para tu carrera

TECH Universidad FUNDEPOS es consciente 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.

Y para ello, le ofrecemos una oportunidad única con este Máster Título Propio, gracias al cual podrá aumentar su capacitación y por tanto, mejorar en su práctica diaria y en sus posibilidades de ascender laboralmente.

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

¿Preparado para dar el salto?
Una excelente mejora profesional espera

El MBA en Industrial Management de TECH Universidad FUNDEPOS es un programa intensivo que le preparará para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito del MBA en Industrial Management. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarle a conseguir el éxito.

Si un estudiante quiere superarse a si mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

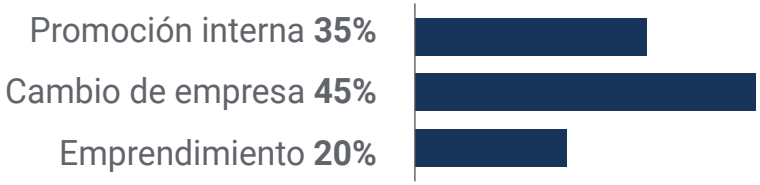
Logra un cambio positivo en tu carrera, gracias a la oportunidad que te ofrece TECH Universidad FUNDEPOS con este programa.

No dejes pasar la oportunidad de especializarte con nosotros. Encontrarás la información más relevante en esta materia que te permitirá dar un impulso a tu profesión.

Momento del cambio

Durante el programa el	Durante el primer año el	Dos años después el
13%	**61%**	**26%**

Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Industrial Management contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. De esta manera, participar en esta especialización supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.

Este programa te proporcionará las claves para que aportes a tu empresa una nueva visión de negocio"

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

Aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que puedan 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
Podrá trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o de Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad
Este programa dotará a los alumnos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El MBA en Industrial Management garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Universidad Tecnológica y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.

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

El programa del **MBA en Industrial Management** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Universidad Tecnológica, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Universidad Tecnológica y Universidad FUNDEPOS 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 MBA en Industrial Management**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Industrial Management

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

UNIVERSIDAD FUNDEPOS
DE COSTA RICA

Confiere el presente certificado de aprovechamiento a:

NOMBRE COMPLETO

Por aprobar satisfactoriamente el programa:

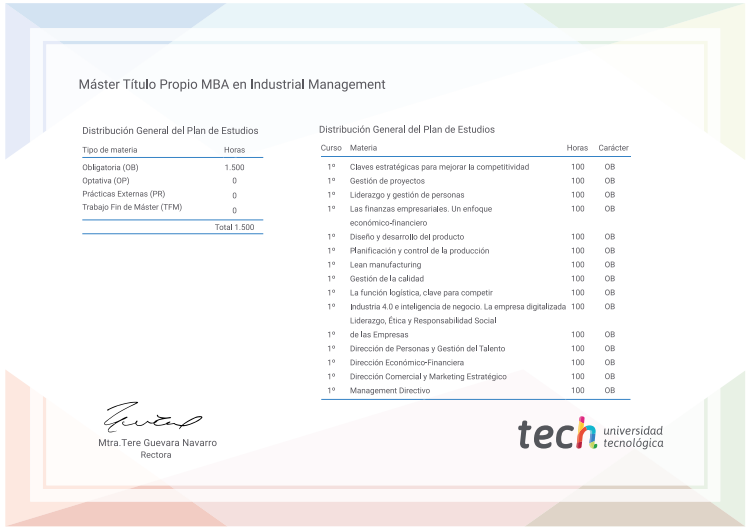
MBA EN INDUSTRIAL MANAGEMENT

Título Propio. Duración: 1500 horas.
Impartido del 15/12/2023 y fecha de finalización 14/12/2024.

CERTIFICADO DE CALIDAD 2023

Rubén Mora
DECANO

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitan expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. Código.



Máster Título Propio MBA en Industrial Management

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Claves estratégicas para mejorar la competitividad	100	OB
1º	Gestión de proyectos	100	OB
1º	Liderazgo y gestión de personas	100	OB
1º	Las finanzas empresariales. Un enfoque económico-financiero	100	OB
1º	Diseño y desarrollo del producto	100	OB
1º	Planificación y control de la producción	100	OB
1º	Lean manufacturing	100	OB
1º	Gestión de la calidad	100	OB
1º	La función logística, clave para competir	100	OB
1º	Industria 4.0 e inteligencia de negocio. La empresa digitalizada	100	OB
1º	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	100	OB
1º	Dirección de Personas y Gestión del Talento	100	OB
1º	Dirección Económico-Financiera	100	OB
1º	Dirección Comercial y Marketing Estratégico	100	OB
1º	Management Directivo	100	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad FUNDEPOS

Máster Título Propio
MBA en Industrial Management

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster Título Propio

MBA en Industrial Management

tech universidad FUNDEPOS