Máster Título Propio

MBA en Negocios Digitales

MBAND

tech corporación universitaria UNIMETA

tech corporación universitaria UNIMETA

Máster Título Propio
MBA en Negocios Digitales

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Corporación Universitaria UNIMETA**
- Acreditación: **90 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**
- Dirigido a: **Titulados Superiores y Profesionales de Management o Dirección con Experiencia**

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

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

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

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 24

07 Metodología — pág. 38

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 46

09 Dirección del curso — pág. 50

10 Impacto para tu carrera — pág. 72

11 Beneficios para tu empresa — pág. 76

12 Titulación — pág. 80

01

Bienvenida

Las nuevas tecnologías han llegado para quedarse. Los negocios han vivido un cambio drástico en la forma de gestionarse, vender sus productos y atender a sus clientes. Por ello, en la actualidad, la gestión empresarial se debe enfocar hacia el mundo digital para lograr un crecimiento notable que cubra las necesidades de los clientes. En este sentido, lo tradicional ha quedado en un segundo plano, como demuestran los cambios en el consumo de los ciudadanos, quienes apuestan cada vez más por las compras online. Así, el contenido de este programa de TECH se verá complementado por un conjunto de 10 *Masterclasses* exclusivas y complementarias, impartidas por un reconocido experto de talla internacional en Marketing Digital.

MBA en Negocios Digitales
TECH Corporación Universitaria UNIMETA

¿Quieres especializarte en Marketing Digital? ¡Ahora puedes gracias a TECH! Un prestigioso Director Invitado Internacional impartirá 10 Masterclasses únicas en este dinámico ámbito"

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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

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

En TECH Corporación Universitaria UNIMETA

Innovación

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

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

Máxima exigencia

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

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

Networking

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

+100.000
directivos capacitados cada año

+200
nacionalidades distintas

Empowerment

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

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

Talento

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

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

Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

"En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School"

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

Análisis

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

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los "*case studies*" de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa, serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.

Uno de nuestros objetivos fundamentales es ayudarte a desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial"

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

El **MBA en Negocios Digitales** capacitará al alumno para:

01 Desarrollar estrategias para crear nuevas oportunidades en mercados existentes

02 Entender el entorno competitivo en el que se desarrolla nuestro negocio

03 Desarrollar estrategias para crear nuevos mercados y nuevas empresas

04 Ser capaz de desarrollar un plan de negocio

05 Conocer en profundidad las fases de creación de una empresa

06 Implementar estrategias de digitalización de un negocio, tomando las decisiones correctas para alcanzar los objetivos planificados

07 Analizar e identificar factores generadores de dificultades u oportunidades en entornos digitales

08 Liderar procesos de cambio en la empresa basados en la digitalización

09 Llevar a cabo estrategias de marketing digital y comercio electrónico

10 Aplicar herramientas SEO y SEM en las campañas de marketing

11 Apoyarse en los Social Media para realizar campañas de marketing y publicidad

12 Identificar los cambios necesarios para la mejora en la gestión y dirección de la empresa, basado en la orientación de la estrategia al entorno digital

13 Desarrollar habilidades directivas necesarias para liderar el crecimiento y expansión de empresas que operan en entornos digitales

14 Diseñar y planificar campañas de reputación online

15 Saber gestionar las herramientas de monitorización online para entender el alcance de las campañas de marketing

16 Ser capaz de realizar campañas efectivas de emailing

17 Entender la analítica web y las métricas digitales de las herramientas que utilizamos

18 Comprender en profundidad cómo se lleva a cabo el comercio electrónico

19 Entender y saber gestionar las finanzas internacionales

20 Comprender las nuevas tendencias del comercio electrónico a través de los teléfonos móviles

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Negocios Digitales, 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 Controlar y gestionar las finanzas corporativas

02 Desarrollar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03 Aplicar los diferentes modelos de negocios basados en la era digital

04 Aplicar técnicas innovadoras en el diseño y gestión de proyectos

05 Implementar técnicas de comercio electrónico

06 Poner en marcha campañas de marketing digital que permitan mejorar el posicionamiento de la empresa frente a sus competidores, así como su reputación digital

07 Poner en prácticas técnicas de marketing en buscadores

08 Utilizar las redes sociales como herramienta indispensable para mejorar el conocimiento de la empresa

09 Tener un amplio conocimiento sobre los consumidores

10 Realizar acciones de analítica web para dirigir la campaña de marketing y comunicación de tal manera que sea más efectiva para cumplir los objetivos de la empresa

06

Estructura y contenido

El MBA en Negocios Digitales es un programa a tu medida que se imparte en formato 100% online. De esta manera, tú mismo podrás elegir el momento y lugar que mejor se adapte a tu disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases para tu éxito como *Digital Business Manager.*

En TECH ponemos todos nuestros recursos a tu alcance para que adquieras las destrezas y habilidades necesarias para tu desarrollo profesional"

Plan de estudios

El MBA en Negocios Digitales de TECH Corporación Universitaria UNIMETA es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 1.500 horas de estudio, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este MBA trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para especializar a directivos que entiendan la revolución tecnológica y social desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para ti, enfocado a tu mejora profesional y que te prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende tus necesidades y las de tu empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que te otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este MBA se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 14 módulos:

Módulo 1	Entorno competitivo y estrategia
Módulo 2	Innovación e iniciativa emprendedora
Módulo 3	*Marketing digital* y e-commerce
Módulo 4	Marketing en buscadores
Módulo 5	Comunicación digital y Reputación online
Módulo 6	*Performance and Inbound Marketing*
Módulo 7	Analítica web y *Marketing Analytics*
Módulo 8	Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro
Módulo 9	*Mobile* e-commerce
Módulo 10	Nuevas tendencias digitales
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	*Management* Directivo

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH te ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Negocios Digitales de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, podrás acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que te permitirá autogestionar tú mismo tu tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Entorno competitivo y estrategia

1.1. Entorno económico global
1.1.1. Fundamentos de la economía global
1.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
1.1.3. Emprendimiento y nuevos mercados

1.2. Finanzas corporativas
1.2.1. Política financiera y crecimiento
1.2.2. Métodos de valoración de empresas
1.2.3. Estructura de capital y apalancamiento financiero

1.3. Análisis económico de decisiones
1.3.1. Control Presupuestario
1.3.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo
1.3.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial

1.4. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
1.4.1. Evolución del modelo de IT
1.4.2. Organización y Departamento IT
1.4.3. Tecnologías de la información y entorno económico

1.5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
1.5.1. Creación de valor para clientes y accionistas
1.5.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
1.5.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital

1.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
1.6.1. *Business Intelligence*
1.6.2. *Data Warehouse*
1.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral

1.7. Estrategia digital
1.7.1. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
1.7.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
1.7.3. Estrategia e internet

1.8. Modelos de negocio basados en internet
1.8.1. Análisis de empresas establecidas en el sector tecnológico
1.8.2. Sistemas de generación de modelos de negocio
1.8.3. Análisis de modelos de negocio innovadores en sectores tradicionales
1.8.4. Análisis de modelos de negocio innovadores en Internet

1.9. Sistemas de empresa basados en la colaboración en internet
1.9.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM
1.9.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
1.9.3. Sistemas de comercio electrónico

1.10. Social *Business*
1.10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
1.10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC
1.10.3. ¿Cómo rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales?
1.10.4. Movilidad y el negocio digital

Módulo 2. Innovación e iniciativa emprendedora

2.1. *Design Thinking*
2.1.1. La estrategia del Océano Azul
2.1.2. Innovación colaborativa
2.1.3. Open innovation

2.2. Inteligencia estratégica de la innovación
2.2.1. Vigilancia tecnológica
2.2.2. Prospectiva tecnológica
2.2.3. *Coolhunting*

2.3. *Entrepreneurship & Innovation*
2.3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio
2.3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos
2.3.3. *Innovation Management Systems*
2.3.4. Habilidades soft de un emprendedor

2.4. Gestión de *Startups*
2.4.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
2.4.2. Métricas financieras para *Startups*
2.4.3. Planificación financiera: modelos de proyecciones y su interpretación
2.4.4. Métodos de valoración
2.4.5. Aspectos legales

2.5. El plan de negocio
2.5.1. *Business* Plan en la era digital
2.5.2. Modelo CANVAS
2.5.3. *Value Proposition Model*
2.5.4. Contenido y presentación

2.6. *Project Management*
2.6.1. *Agile Development*
2.6.2. *Lean Management* en *Startups*
2.6.3. *Project Tracking* and *project Steering*

2.7. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación
2.7.1. Fase de *Seed*
2.7.2. Fase de *Startup*
2.7.3. Fase de *Growth*
2.7.4. Fase de Consolidación

2.8. Financiación de *Startups*
2.8.1. Financiación bancaria
2.8.2. Subvenciones
2.8.3. Capital semilla y aceleradoras. Business Angels
2.8.4. Venture Capital. IPO
2.8.5. *Public to Private Partnership*

2.9. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales
2.9.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
2.9.2. Entidades de Venture Capital nacionales e internacionales
2.9.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc y BStartup
2.9.4. FOND-ICO Global
2.9.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & Play

2.10. *Lean Management*
2.10.1. Principios básicos de *Lean Management*
2.10.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
2.10.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

Módulo 3. Marketing digital y e-commerce

3.1. Digital e-commerce *Management*
3.1.1. Nuevos modelos de negocio e-commerce
3.1.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
3.1.3. Estructura tecnológica en e-commerce

3.2. Operaciones y logística en el comercio electrónico
3.2.1. ¿Cómo gestionar el *Fulfillment*?
3.2.2. Gestión digital del punto de venta
3.2.3. *Contact Center Management*
3.2.4. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos

3.3. Implementando técnicas de e-commerce
3.3.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico
3.3.2. Estrategia *Multichannel*
3.3.3. Personalización de Dashboards

3.4. *Digital pricing*
3.4.1. Medios y pasarelas de pago online
3.4.2. Promociones electrónicas
3.4.3. Temporización digital de precios
3.4.4. *e-Auctions*

3.5. Del e-commerce al *m-commerce* y *s-commerce*
3.5.1. Modelos de negocio de los *e-marketplaces*
3.5.2. *S-Commerce* y experiencia de marca
3.5.3. Compra a través de dispositivos móviles

3.6. Customer intelligence: del e-CRM al s-CRM
3.6.1. Integración del consumidor en la cadena de valor
3.6.2. Técnicas de investigación y fidelización online
3.6.3. Planificación de una estrategia de gestión de la relación con el cliente

3.7. *Trade Marketing Digital*
3.7.1. *Cross Merchandising*
3.7.2. Diseño y Gestión de Campañas en Facebook Ads
3.7.3. Diseño y Gestión de Campañas en Google Adwords

3.8. Marketing online para e-commerce
3.8.1. *Inbound Marketing*
3.8.2. Display y Compra Programática
3.8.3. Plan de Comunicación

Módulo 4. Marketing en buscadores

4.1. Funcionamiento de los buscadores
4.1.1. Indicadores e índices
4.1.2. Algoritmos
4.1.3. SEO y branding corporativo
.

4.2. Análisis SEO
4.2.1. Determinación de las KPI
4.2.2. Generación de scripts y alertas
4.2.3. Optimización de imágenes, vídeos y otros elementos
4.2.4. *Link Building*

4.3. SEO técnico
4.3.1. Web *Performance Optimization*
4.3.2. *Real Time* y contenido
4.3.3. Etiquetado y Headers relevantes
4.3.4. Técnicas avanzadas de WPO

4.4. SEO y e-commerce
4.4.1. *Conversion Rate Optimization*
4.4.2. *Google Search Console*
4.4.3. *Social Proof* y Viralización
4.4.4. Navegación e Indexabilidad

4.5. *Keyword hunting* para SEM
4.5.1. *Adwords Keyword Tool*
4.5.2. *Google Suggest*
4.5.3. *Insights for Search*
4.5.4. *GoogleTrends*

4.6. SEM y Google Ads
4.6.1. Google Shopping
4.6.2. Google Display Network
4.6.3. Google Ads Mobile
4.6.4. Publicidad en YouTube

4.7. Facebook Ads
4.7.1. Anuncios de PPC/PPF (pay per fan)
4.7.2. Facebook Ads creación
4.7.3. Facebook Power Editor
4.7.4. Optimización de campañas

4.8. Estrategia y medición en SEM
4.8.1. *Quality score*
4.8.2. Site links
4.8.3. KPI´s
4.8.4. Impresiones, clicks, conversiones. Revenue, ROI, CPA

Módulo 5. Comunicación digital y Reputación online

5.1. Web 2.0 o web social
5.1.1. La organización en la era de la conversación
5.1.2. La web 2.0 son las personas
5.1.3. Entorno digital y nuevos formatos de comunicación

5.2. Comunicación y reputación digital
5.2.1. Informe de reputación online
5.2.2. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
5.2.3. *Branding* y *Networking* 2.0

5.3. Diseño y planificación de un plan de reputación on-line
5.3.1. Panorama de las principales social media de España
5.3.2. Plan de reputación de la marca
5.3.3. Métricas generales, ROI y social CRM
5.3.4. Crisis on-line y SEO Reputacional

5.4. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging
5.4.1. Facebook
5.4.2. LinkedIn
5.4.3. Twitter

5.5. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
5.5.1. YouTube
5.5.2. Instagram
5.5.3. Flickr
5.5.4. Vimeo
5.5.5. Pinterest

5.6. Estrategia de contenidos y storytelling
5.6.1. Blogging corporativo
5.6.2. Estrategia de marketing de contenidos
5.6.3. Creación de un plan de contenidos
5.6.4. Estrategia de curación de contenidos

5.7. Estrategias en social media
5.7.1. Las relaciones públicas corporativas y social media
5.7.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
5.7.3. Análisis y evaluación de resultados

5.8. *Community Management*
5.8.1. Funciones, tareas y responsabilidades del *Community manager*
5.8.2. *Social Media Manager*
5.8.3. *Social Media Strategist*

5.9. *Social Media plan*
5.9.1. Diseño de un plan de social media
5.9.2. Calendario, presupuesto, expectativas y seguimiento
5.9.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis

5.10. Herramientas de monitorización on-line
5.10.1. Herramientas de gestión y aplicaciones de escritorio
5.10.2. Herramientas de monitorización y estudio

Módulo 6. *Performance and Inbound Marketing*

6.1. *Permission Marketing*
6.1.1. ¿Cómo obtener el permiso del usuario?
6.1.2. Personalización del mensaje
6.1.3. Confirmación de correo o Doble Opt-in

6.2. Estrategia y técnicas de performance
6.2.1. *Performance Marketing*: resultados
6.2.2. Mix de medios en digital
6.2.3. La importancia del Funnel

6.3. Desarrollo de campañas de afiliación
6.3.1. Agencias y programas de afiliación
6.3.2. *Post View*
6.3.3. Diseño de programas de afiliación
6.3.4. Display y optimización de campañas

6.4. Lanzamiento de un programa de afiliados
6.4.1. Redes de afiliación y afiliación directa
6.4.2. Seguimiento y análisis de resultado
6.4.3. Control del fraude

6.5. Desarrollo de campañas de emailing
6.5.1. Listas de suscriptores, leads y clientes
6.5.2. Herramientas y recursos en email marketing
6.5.3. Redacción online para campañas de email marketing

6.6. Métricas en *email* marketing
6.6.1. Métricas de listas
6.6.2. Métricas de envíos de newsletter
6.6.3. Métricas de conversión

6.7. *Inbound marketing*
6.7.1. *Inbound marketing* efectivo
6.7.2. Beneficios *Inbound marketing*
6.7.3. Medir el éxito de *Inbound marketing*

6.8. Investigación del target
6.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer* Personas
6.8.2. *Customer Journey Mapping*
6.8.3. *Content strategy*

6.9. Optimización de contenidos
6.9.1. Optimización de contenidos para buscadores
6.9.2. Generación de contenidos
6.9.3. Dinamización de contenidos

6.10. Conversión
6.10.1. *Lead capture* & CRO
6.10.2. *Lead Nurturing & Marketing Automation*

Módulo 7. Analítica web y *Marketing Analytics* Analytics

7.1. Análisis web
7.1.1. Fundamentos de la analítica web
7.1.2. Medios clásicos vs. Medios digitales
7.1.3. Metodología de base del analista web

7.2. *Google Analytics*
7.2.1. Configuración de una cuenta
7.2.2. *Tracking API JavaScript*
7.2.3. Informes y segmentos personalizados

7.3. Análisis cualitativo
7.3.1. Técnicas de investigación de aplicadas en analítica web
7.3.2. *Customer journey*
7.3.3. *Purchase funnel*

7.4. Métricas digitales
7.4.1. Métricas básicas
7.4.2. Ratios
7.4.3. Establecimiento de objetivos y KPIs

7.5. Áreas de análisis de una estrategia
7.5.1. Captación de tráfico
7.5.2. Activación
7.5.3. Conversión
7.5.4. Fidelización

7.6. *Data Science & Big Data*
7.6.1. *Business Intelligence*
7.6.2. Metodología y análisis de grandes volúmenes de datos
7.6.3. Extracción, tratamiento y carga de datos

7.7. Visualización de datos
7.7.1. Visualización e interpretación de *Dashboards*
7.7.2. Transformación del dato en valor
7.7.3. Integración de fuentes
7.7.4. Presentación de informes

7.8. Herramientas de analítica web
7.8.1. Base tecnológica de una herramienta de AW
7.8.2. Logs y Tags
7.8.3. Etiquetado básico y adhoc

Módulo 8. Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro

8.1. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos
8.1.1. Estrategias de innovación
8.1.2. Innovación abierta
8.1.3. Organización y cultura innovadoras
8.1.4. Equipos multifuncionales

8.2. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos
8.2.1. Diseño de nuevos productos
8.2.2. Lean Design
8.2.3. Industrialización de nuevos productos
8.2.4. Fabricación y montaje

8.3. *Digital* e-commerce *management*
8.3.1. Nuevos modelos de negocio e-commerce
8.3.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
8.3.3. Estructura tecnológica en e-commerce

8.4. Operaciones y logística en el comercio electrónico
8.4.1. Gestión digital del punto de venta
8.4.2. Contact center management
8.4.3. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos

8.5. *E-Logistics* B2C y B2B
8.5.1. *e-Logistics*
8.5.2. El B2C: *e-Fullfilment*, la última milla
8.5.3. El B2B: *e-Procurement. Market Places*

8.6. *Digital pricing*
8.6.1. Medios y pasarelas de pago online
8.6.2. Promociones electrónicas
8.6.3. Temporización digital de precios
8.6.4. *e-Auctions*

8.7. Aspectos legales del e-commerce
8.7.1. Normativa de la UE y de España
8.7.2. Protección de datos
8.7.3. Aspectos fiscales del e-commerce
8.7.4. Condiciones Generales de Venta

8.8. El almacén en el e-commerce
8.8.1. Peculiaridades del almacén en el e-commerce
8.8.2. Diseño y planificación del almacén
8.8.3. Infraestructuras. Equipos fijos y móviles
8.8.4. Zonificación y ubicaciones

8.9. El diseño de la tienda on-line
8.9.1. Diseño y usabilidad
8.9.2. Funcionalidades más comunes
8.9.3. Alternativas tecnológicas

8.10. *Supply Chain Management* y tendencias de futuro
8.10.1. Futuro del e-business
8.10.2. La realidad hoy y futuro del e-commerce
8.10.3. Modelos Operativos SC para Empresas Globales

Módulo 9. *Mobile* e-commerce

9.1. *Mobile marketing*
9.1.1. Nuevos hábitos de consumo y movilidad
9.1.2. Modelo SoLoMo
9.1.3. Las 4 Ps del Marketing Mix en movilidad

9.2. Tecnología móvil
9.2.1. Operadores móviles
9.2.2. Dispositivos móviles y sistemas operativos
9.2.3. Aplicaciones móviles y *Web Apps*
9.2.4. Sensores e integración con el mundo físico

9.3. Tendencias en mobile marketing
9.3.1. *Mobile Publishing*
9.3.2. *Advergaming* y *Gammification*
9.3.3. Geolocalización *Mobile*
9.3.4. Realidad aumentada

9.4. Comportamiento de los usuarios móviles
9.4.1. Nuevos hábitos de búsqueda en los dispositivos móviles
9.4.2. Multi-Screen
9.4.3. El móvil como motor de compra
9.4.4. ASO, captación y fidelización de usuarios mobile

9.5. Interfaz de usuario y experiencia de compra
9.5.1. Reglas y plataformas de *m-commerce*
9.5.2. *Omnichannel*
9.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
9.5.4. Gap entre consumidor y anunciante
9.5.5. Gestores de contenido en *Mobile Commerce*

9.6. Apps y compras
9.6.1. Diseñando Apps *Mobile commerce*
9.6.2. *Apps Store*
9.6.3. App marketing para fidelización de clientes
9.6.4. App marketing para comercio electrónico

9.7. Pagos móviles
9.7.1. Cadena de valor y modelos de negocio de los métodos de pagos móviles
9.7.2. Claves para mejorar la UX en el pago móvil
9.7.3. Estrategias de posicionamiento en el mercado de los pagos móviles
9.7.4. Gestión del fraude

9.8. Analítica móvil
9.8.1. Metodologías de medición y análisis móvil
9.8.2. Métricas en Mobile: principales KPIs
9.8.3. Análisis de rentabilidad
9.8.4. *Mobile Analytics*

9.9. *Mobile Commerce*
9.9.1. Servicios
9.9.2. Aplicaciones
9.9.3. *Mobile social shopping*

9.10. *Mobile Social Media Applications*
9.10.1. Integración del móvil en Redes Sociales
9.10.2. Movilidad, relación, ubicuidad y publicidad
9.10.3. Facebook *Places*
9.10.4. Geolocalización, directorios móviles, recomendaciones on-line y compra

Módulo 10. Nuevas tendencias digitales

10.1. Internet de las cosas
10.1.1. Visiones y retos
10.1.2. Tecnologías clave
10.1.3. Proyectos pioneros

10.2. Gamificación
10.2.1. Técnicas de gamificación empresarial
10.2.2. *Gamification Design Framework*
10.2.3. Mecanismos de funcionamiento y motivación
10.2.4. Beneficios y retorno de la inversión

10.3. *Big Data*
10.3.1. Aplicación sectorial
10.3.2. Modelos de negocio
10.3.3. Nuevas profesiones

10.4. Inteligencia artificial
10.4.1. Aspectos Metodológicos en Inteligencia Artificial
10.4.2. Búsqueda Heurística
10.4.3. Métodos de Inferencia en Reglas
10.4.4. Redes semánticas

10.5. Robótica
10.5.1. Morfología del robot
10.5.2. Herramientas matemáticas para la localización espacial
10.5.3. Control cinemático
10.5.4. Criterios de implantación de un robot industrial

10.6. Modelado y simulación
10.6.1. Modelado mediante DEVS
10.6.2. Modelado de las entradas aleatorias
10.6.3. Generación de las entradas aleatorias
10.6.4. Diseño de experimentos y optimización

10.7. Implantación de la criptografía en proyectos tecnológicos
10.7.1. Firma electrónica
10.7.2. Certificado digital
10.7.3. Encriptación de datos
10.7.4. Aplicaciones prácticas de la criptografía

10.8. Otras tendencias
10.8.1. Impresoras 3D
10.8.2. Drones
10.8.3. Visión artificial
10.8.4. Realidad aumentada

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. *Management* Directivo

14.1. General Management
14.1.1. Concepto de General Management
14.1.2. La acción del Manager General
14.1.3. El Director General y sus funciones
14.1.4. Transformación del trabajo de la Ddirección

14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
14.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

14.3. Dirección de operaciones
14.3.1. Importancia de la dirección
14.3.2. La cadena de valor
14.3.3. Gestión de calidad

14.4. Oratoria y formación de portavoces
14.4.1. Comunicación interpersonal
14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
14.4.3. Barreras en la comunicación

14.5. Herramientas de. comunicaciones personales y organizacional
14.5.1. La comunicación interpersonal
14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
14.5.3. La comunicación en la organización
14.5.4. Herramientas en la organización

14.6. Comunicación en situaciones de crisis
14.6.1. Crisis
14.6.2. Fases de la crisis
14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

14.7. Preparación de un plan de crisis
14.7.1. Análisis de posibles problemas
14.7.2. Planificación
14.7.3. Adecuación del personal

14.8. Inteligencia emocional
14.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
14.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
14.8.3. Autoestima y comunicación emocional

14.9. *Branding* Personal
14.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
14.9.2. Leyes del branding personal
14.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

14.10. Liderazgo y gestión de equipos
14.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
14.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
14.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
14.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

07

Metodología

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

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

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

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

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

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

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

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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

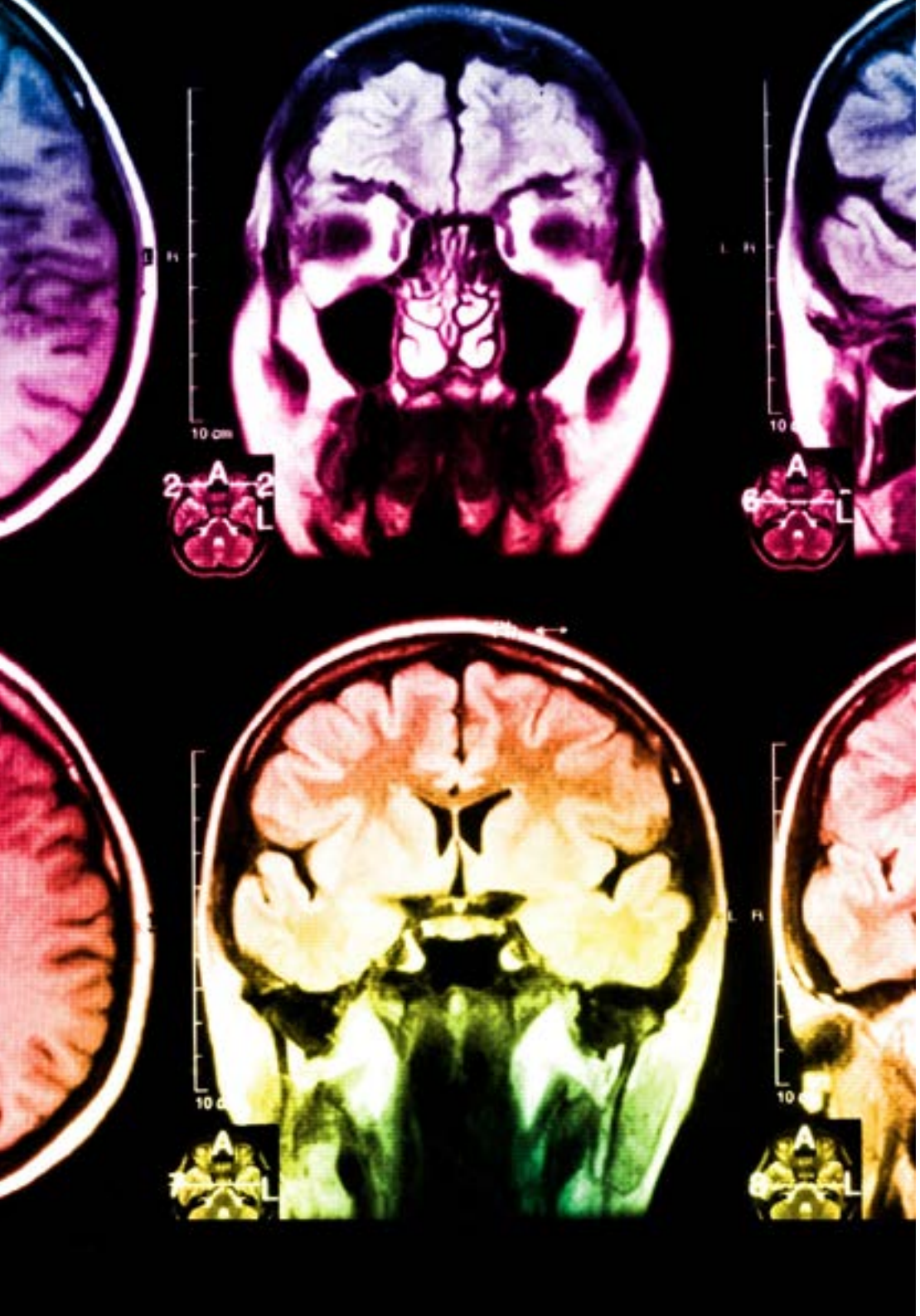
TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

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

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

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



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han 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. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

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

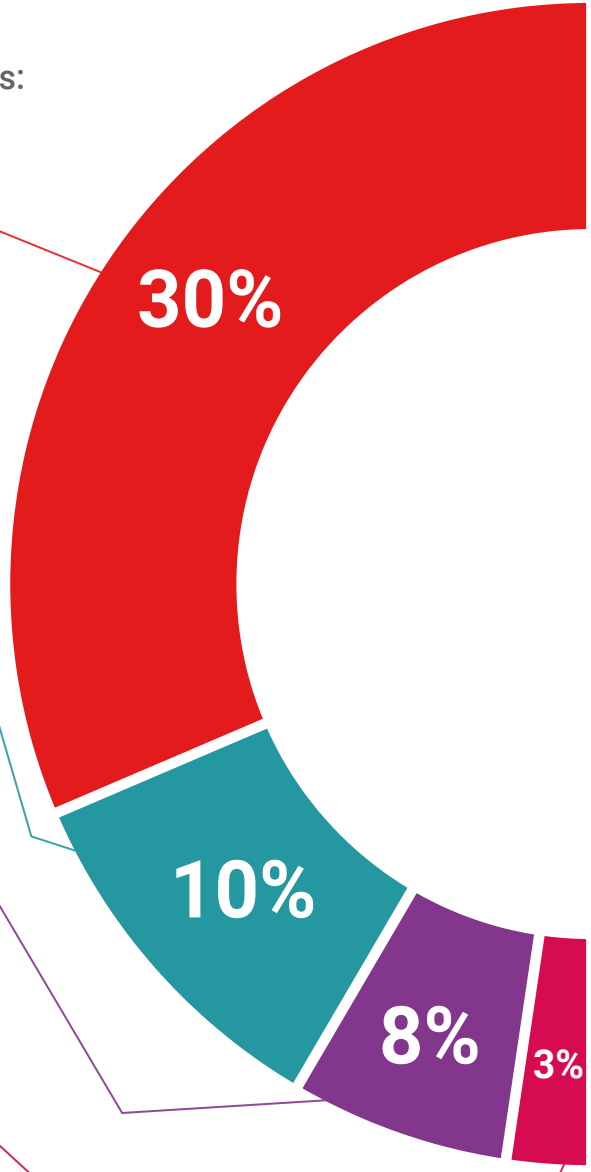
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

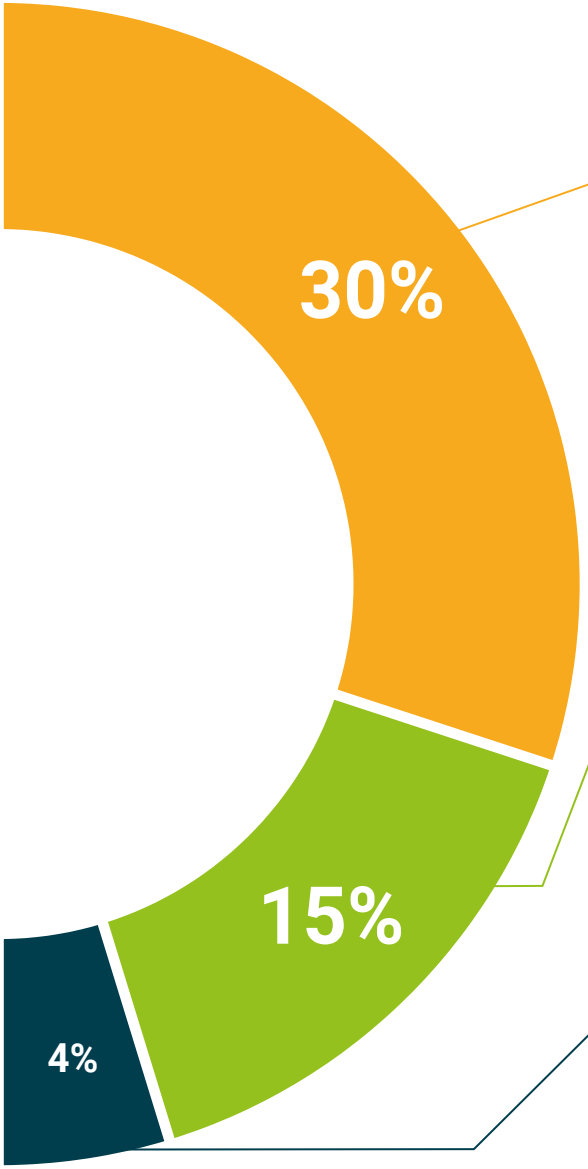
Prácticas de habilidades directivas

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

Lecturas complementarias

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





Case studies

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

Resúmenes interactivos

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

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

Testing & Retesting

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

08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Negocios Digitales es un programa dirigido a profesionales que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de dirección y gestión de negocios digitales, y avanzar en su carrera profesional. Está especialmente dirigido a profesionales y directivos con experiencia que quieran adquirir las competencias en business management necesarias para generar nuevas oportunidades en la era digital.

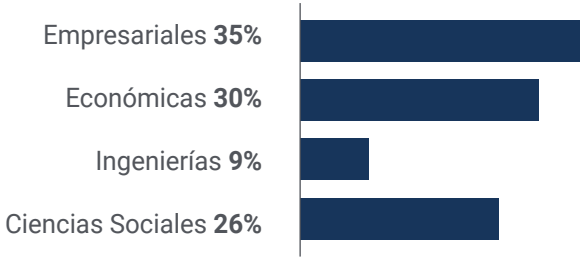
Si quieres ampliar tu conocimiento en el área digital y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa"

Edad media

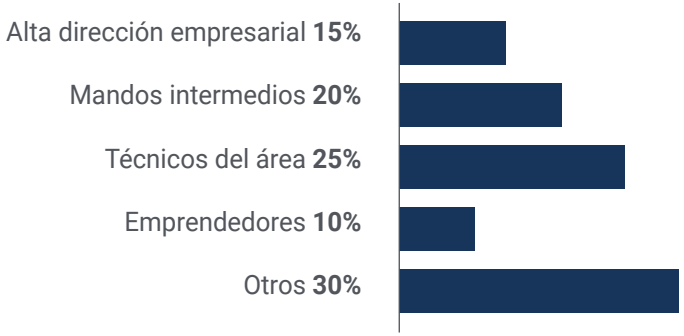
Entre **35** y **45** años

Años de experiencia

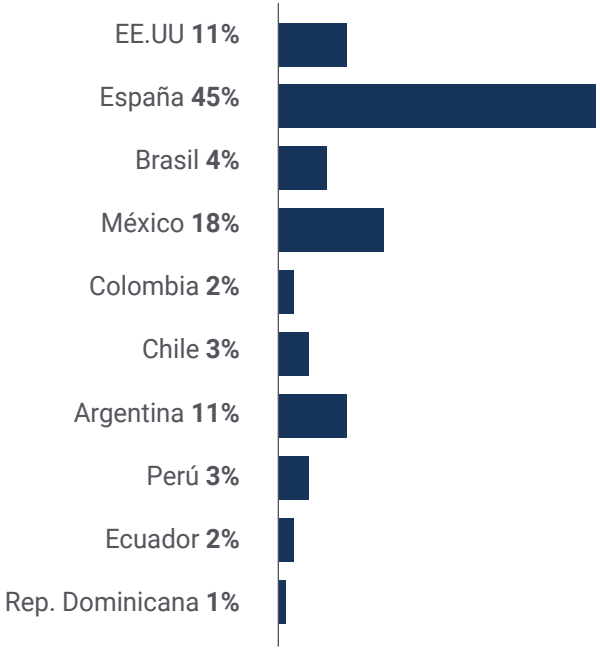
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Susana Sánchez

Directora e-Business

"El MBA en Negocios Digitales cuenta con la gran ventaja de contar con el mejor equipo docente del momento, que ha diseñado un programa único en el que se incluye la información más completa y actualizada del momento. Sin duda, un programa totalmente recomendado para todos aquellos que deseen especializarse en este campo"

09

Dirección del curso

Este programa ha sido diseñado por un equipo de expertos en la materia que, conscientes de la necesidad de especialización de los profesionales en el ámbito de los negocios digitales, ha creado un MBA que será fundamental para mejorarla competitividad de los profesionales del sector. Sin duda, el mejor equipo de profesores de la actualidad, con amplia experiencia tanto a nivel docente como empresarial. Un cuadro docente único que ayudará a los alumnos a alcanzar sus metas académicas.

Un cuadro docente de alto nivel para enseñar a profesionales que buscan la excelencia"

Director Invitado Internacional

El Doctor Ben Marder es una figura destacada en el campo del **Marketing**, reconocido internacionalmente por sus profundas contribuciones a la comprensión del **comportamiento del consumidor** en la **era digital**. Así, ha demostrado un **liderazgo** excepcional, consolidando su reputación como un **académico** de calibre incomparable.

Asimismo, como parte de su **agenda de investigación**, se encuentra la exploración del **comportamiento del consumidor social y comercial** en el contexto de las **tecnologías digitales**, especialmente las **redes sociales**. De hecho, su prolífico historial de **publicaciones** cuenta con más de 40 artículos aceptados por **revistas de renombre**, como la **Journal of Retailing**, **European Journal of Marketing** y **Journal of Business Research**. Además, su trabajo pionero sobre el "**Efecto Enfriador**" (***Chilling Effect***) de las **redes sociales** ha atraído la **atención internacional**, con apariciones en medios prestigiosos como **The New York Times**, **Harvard Business Review** y la **BBC**. De esta manera, el estudio ha revelado cómo el uso de las **redes sociales** influye en el comportamiento en la vida real, una revelación que ha resonado tanto en el ámbito académico como en el público.

Del mismo modo, más allá de sus esfuerzos de investigación, ha destacado como **Coordinador de Programas** sobre **Introducción a la Investigación Empresarial**, desempeñando un papel fundamental en la configuración del **panorama educativo**. También ha ejercido como **Director** de **Programas de Investigación** en **Marketing**, supervisando **proyectos de investigación** y promoviendo el **bienestar estudiantil** y **académico**, todo esto en la Escuela de Negocios de la Universidad de Edimburgo.

Finalmente, el Doctor Ben Marder ha sido reconocido por sus innovadoras **presentaciones de investigación**, incluida su exploración de las **consecuencias no deseadas** de las **tecnologías de Marketing**. Así, a través de su exhaustivo trabajo, continúa iluminando las complejidades del **Marketing Digital** y dejando una marca indeleble tanto en la academia como en la industria.

Dr. Marder, Ben

- Director de Programas de Investigación en Marketing, Universidad de Edimburgo, Reino Unido
- Coordinador de Programas sobre Introducción a la Investigación Empresarial en la Escuela de Negocios de la Universidad de Edimburgo
- Aparición en los medios The New York Times, Harvard Business Review y BBC
- Publicaciones en Journal of Retailing, European Journal of Marketing y Journal of Business Research
- Doctor en Marketing y Sistemas de Información por la Universidad de Bath
- Máster en Marketing por la Universidad de Leicester
- Licenciatura en Economía Financiera por la Universidad de Leicester

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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

Dña. Dove, Jennifer

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

D. Gauthier, Rick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arman, Romi

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arens, Manuel

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

D. La Sala, Andrea

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Gram, Mick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Stevenson, Scott

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

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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

Dña. Thole-Muir, Wendy

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

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

Dirección

D. Galán, José

- Director de E-Marketing en TECH Universidad Tecnológica
- Blogger en "Cosas sobre Marketing Online"
- Director de Marketing Corporativo en Médica Panamericana
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- Programa Superior Europeo en Marketing Digital por la ESIC

10

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y, con nosotros, tienes grandes posibilidades de conseguirlo. Por ello, no debes dejar pasar la oportunidad que te ofrece TECH de especializarte con el mejor equipo en este ámbito de alta demanda profesional.

Nuestro objetivo es generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional y, por ello, nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo"

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

El MBA en Negocios Digitales de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel financiero tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

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

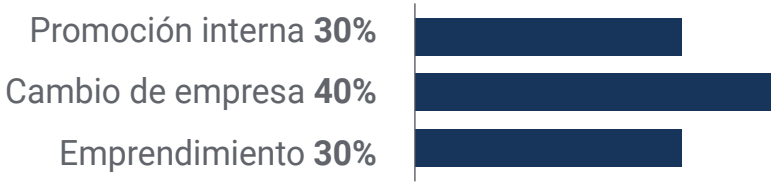
Consigue una mejora laboral en poco tiempo tras la realización de este programa.

Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, el MBA en Negocios Digitales te ayudará a conseguirlo.

Momento del cambio

Durante el programa el	Durante el primer año el	Dos años después el
26%	**50%**	**24%**

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%**	**72.500 €**

11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Negocios Digitales contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supone una oportunidad única para adquirir las habilidades necesarias para desarrollarte en la alta dirección, pero también para a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.

Tras estudiar en TECH podrás aportar a la empresa una nueva visión de negocio con la que provocar cambios relevantes en la organización"

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

Serás 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

Podrás trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o de Desarrollo de Negocio de tu compañía.

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El MBA en Negocios Digitales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Corporación Universitaria del Meta.

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

El programa del **Máster Título Propio en MBA en Negocios Digitales** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por la Corporación Universitaria del Meta.

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

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

Título: **Máster Título Propio MBA en Negocios Digitales**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**

tech global university

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

Máster Título Propio en MBA en Negocios Digitales

Se trata de un título propio de 2.700 horas de duración equivalente a 90 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

UNIMETA
Fundada en 1985

La Corporación Universitaria del Meta - UNIMETA certifica que:

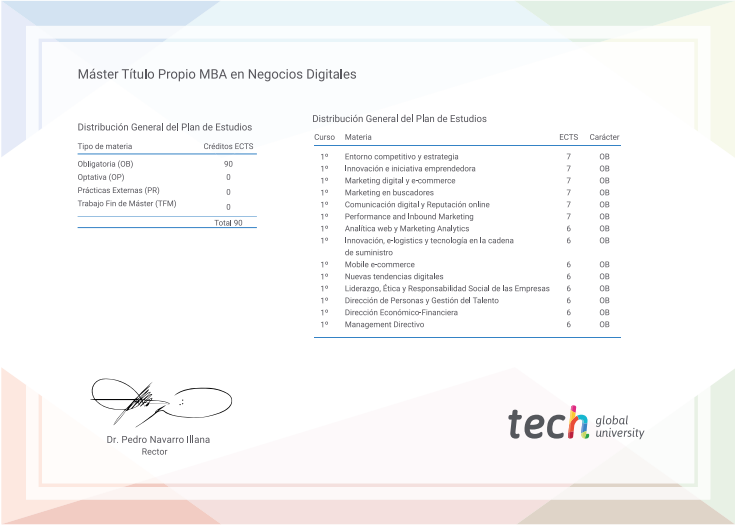
_____

ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Título Propio MBA en Negocios Digitales

Dado en Villavicencio, Meta (Colombia)
a los tres (3) días del mes de abril de 2024

Leonor Mojica Sánchez
RECTORA



Máster Título Propio MBA en Negocios Digitales

Distribución General del Plan de Estudios

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

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Entorno competitivo y estrategia	7	OB
1º	Innovación e iniciativa emprendedora	7	OB
1º	Marketing digital y e-commerce	7	OB
1º	Marketing en buscadores	7	OB
1º	Comunicación digital y Reputación online	7	OB
1º	Performance and Inbound Marketing	7	OB
1º	Analítica web y Marketing Analytics	6	OB
1º	Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro	6	OB
1º	Mobile e-commerce	6	OB
1º	Nuevas tendencias digitales	6	OB
1º	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	6	OB
1º	Dirección de Personas y Gestión del Talento	6	OB
1º	Dirección Económico-Financiera	6	OB
1º	Management Directivo	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

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

tech corporación universitaria UNIMETA

Máster Título Propio
MBA en Negocios Digitales

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

Máster Título Propio

MBA en Negocios Digitales

tech corporación universitaria UNIMETA