

Máster de Formación Permanente

MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos

Business Graduates
Association



tech
universidad



Máster de Formación Permanente

MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-avanzada-proyectos-tecnologicos



Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 26

05

Salidas profesionales

pág. 32

06

Metodología de estudio

pág. 36

07

Cuadro docente

pág. 46

08

Titulación

pág. 68

01

Presentación del programa

La rápida evolución de las tecnologías digitales ha transformado el entorno empresarial, exigiendo a las compañías adaptarse con agilidad. Según datos del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones, el 80 % de las empresas considera clave la digitalización para su crecimiento. En este contexto, la Gestión de Proyectos Tecnológicos es esencial para la competitividad, impulsando la demanda de profesionales capacitados en soluciones innovadoras. Para responder a este reto, TECH ofrece un programa universitario 100 % online, sin horarios rígidos, que actualiza conocimientos y aborda las últimas tendencias y aplicaciones basadas en IA. Una oportunidad para dominar herramientas estratégicas y fortalecer un perfil competitivo en un mercado en constante evolución.



“

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

El Director de Proyectos Tecnológicos es un profesional clave en este ecosistema, ya que no solo debe poseer un profundo conocimiento técnico, sino también habilidades avanzadas en gestión de equipos, toma de decisiones y optimización de recursos. De hecho, su labor consiste en garantizar la implementación efectiva de soluciones innovadoras que maximicen el rendimiento empresarial y generen ventajas competitivas sostenibles.

En este contexto, los profesionales de la Dirección de Proyectos Tecnológicos deben estar preparados para liderar equipos multidisciplinarios, adoptar metodologías de gestión avanzadas y garantizar la alineación de los proyectos con los objetivos estratégicos de las organizaciones. Por lo tanto, esta titulación universitaria en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos, diseñado por TECH, responde a las exigencias actuales del sector al ofrecer un enfoque integral y actualizado en la gestión de Proyectos Tecnológicos. A través de un plan de estudios basado en casos prácticos y en la aplicación de metodologías innovadoras, los egresados desarrollarán las competencias necesarias para gestionar con éxito proyectos de alto impacto, impulsando su crecimiento profesional y el de sus organizaciones.

Además, este programa universitario proporcionará al profesional un riguroso y especializado enfoque en el liderazgo estratégico, gestión del cambio, optimización de procesos y aplicación de tecnologías emergentes. Todo ello a través de un método pionero de TECH, el método *Relearning*. Esto más la metodología online y el cuadro docente que compone esta oportunidad académica asegura que el alumnado se desarrolle de manera exitosa y única. En adición, prestigiosos Directores Invitados Internacionales impartirán unas disruptivas *Masterclasses* que enriquecerán el proceso.

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

Este **MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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



Reconocidos Directores Invitados Internacionales te brindarán exclusivas Masterclasses que ahondarán en las últimas tendencias en la Dirección Avanzada de Proyectos”

“

Serás capaz de supervisar Proyectos Tecnológicos complejos y asegurarás su alineación con los objetivos estratégicos de las organizaciones”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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

Gracias a la metodología Relearning, asimilarás los conocimientos de forma eficaz para alcanzar tus objetivos con éxito.

Implementarás metodologías ágiles para gestionar de forma eficiente las iniciativas tecnológicas.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

El mejor claustro docente top internacional

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

Profesorado
TOP
Internacional

La mayor universidad digital del mundo

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

La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

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

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



03

Plan de estudios

A lo largo del programa universitario, el alumnado desarrollará competencias clave en gestión ágil de proyectos, garantizando la alineación de las tecnológicas con los objetivos corporativos. Además, profundizará en inteligencia de negocio, análisis digital y optimización de recursos, fortaleciendo su capacidad para la toma de decisiones basada en datos. De hecho, esta titulación universitaria también abarcará aspectos esenciales de liderazgo, gestión del talento y estrategia financiera, preparando a los profesionales para dirigir equipos y proyectos con un enfoque innovador.



“

Gestionarás Proyectos Tecnológicos de principio a fin, abarcando la planificación, la implementación y la evaluación de sus resultados”

Módulo 1. Dirección y Gestión Ágil de Proyectos Tecnológicos

- 1.1. La gestión de proyectos
 - 1.1.1. Dirección y gestión de proyectos
 - 1.1.2. Fases de un proyecto
- 1.2. Dirección de proyectos según *Project Management Institute*
 - 1.2.1. PMI y PMBOK
 - 1.2.2. Proyecto, programa y portfolio de Proyectos
 - 1.2.3. Evolución y activos de los procesos de las organizaciones que trabajan con proyectos
- 1.3. Gestión de procesos según *Project Management Institute*
 - 1.3.1. Grupos de procesos y áreas de conocimiento
 - 1.3.2. Matriz de procesos
- 1.4. Metodologías ágiles para la gestión de proyectos
 - 1.4.1. Motivación para su aplicación
 - 1.4.2. Valores Agile y principios del Manifiesto Agile
 - 1.4.3. Escenarios de aplicación
- 1.5. SCRUM para la gestión ágil de proyectos: Descripción del *Framework*
 - 1.5.1. Framework para gestión ágil
 - 1.5.2. Pilares y valores Scrum
- 1.6. SCRUM para la gestión ágil de proyectos: Aplicación del modelo
 - 1.6.1. Aplicación del *framework*
 - 1.6.2. Personas, roles y responsabilidades en Scrum
 - 1.6.3. *Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Sprint Retrospective* y *Sprint Refinement*
- 1.7. SCRUM para la gestión Agile de proyectos
 - 1.7.1. *Product Backlog, Sprint Backlog* e Incremento
 - 1.7.2. Acuerdos en un equipo Scrum
 - 1.7.3. Evaluación del rendimiento
- 1.8. KANBAN para la gestión Agile de proyectos
 - 1.8.1. El modelo
 - 1.8.2. Método Kanban, elementos y beneficios
 - 1.8.3. Escenarios de uso habituales

- 1.9. KANBAN para la gestión Agile de proyectos: Aplicación del modelo
 - 1.9.1. Fundame
 - 1.9.2. Aplicación
 - 1.9.3. Evaluación del rendimiento
- 1.10. Elección de modelo para la dirección de proyectos
 - 1.10.1. Criterios para la selección de tipo de modelo de dirección
 - 1.10.2. Métodos tradicionales vs métodos ágiles
 - 1.10.3. Conclusiones

Módulo 2. Gestión de Requisitos y Análisis de Procesos en Proyectos de Desarrollo de Software

- 2.1. Análisis de sistemas
 - 2.1.1. Funciones del analista sistemas
 - 2.1.2. Ciclo de desarrollo software: SDLC, OO. Agile
 - 2.1.3. SDLC, OO y Agile
- 2.2. Importancia del análisis y diseño de sistemas
 - 2.2.1. Sistema de información
 - 2.2.2. Integración tecnología IT: HW y *software*
 - 2.2.3. Selección de metodología
- 2.3. Ciclo de vida de desarrollo de software
 - 2.3.1. Campañas y tipos
 - 2.3.2. Redención y accionamiento
 - 2.3.3. Tipos de estrategia
 - 2.3.4. Plan de marketing digital
- 2.4. Modelo y diseño de sistemas. Integración
 - 2.4.1. Dependencias con otros sistemas operativos en la organización
 - 2.4.2. Integración con metodologías gestión proyectos como PMBOOK
 - 2.4.3. Integración con metodologías ágiles
- 2.5. Toma de requisitos
 - 2.5.1. Métodos interactivos: Entrevistas, JAD y cuestionarios
 - 2.5.2. Métodos no-interactivos: Observación, revisión documentos
 - 2.5.3. Técnicas de muestreo: *Sampling*

- 2.6. Análisis de procesos. DFDs
 - 2.6.1. Desarrollo de un DFD con varios niveles
 - 2.6.2. Tipos DFD's: Físicos y lógicos, basados en eventos
 - 2.6.3. Particionado DFD's
- 2.7. Análisis de procesos. Diccionario de datos
 - 2.7.1. Creación del diccionario de datos basado en DAFD previo
 - 2.7.2. Nomenclatura del diccionario de datos
 - 2.7.3. Creación XMLs para intercambio de datos con otros sistemas
- 2.8. Análisis de procesos. Especificaciones de procesos
 - 2.8.1. Decisiones estructuradas y semiestructuradas
 - 2.8.2. IF – THE - ELSE
 - 2.8.3. Tablas y árboles de decisión
- 2.9. Importancia de diseño
 - 2.9.1. Diseño de salidas
 - 2.9.2. Diseño entradas
 - 2.9.3. Validación del diseño
- 2.10. Diseño de la base de datos
 - 2.10.1. Normalización de datos
 - 2.10.2. Diagramas E - R: Relaciones 1 a muchos y muchos a muchos
 - 2.10.3. Desnormalización

Módulo 3. Gestión Empresarial: Tecnologías para Gestión de Recursos y Clientes

- 3.1. Sistemas de almacenamiento y gestión de información empresarial
 - 3.1.1. *Enterprise Resource Planning*
 - 3.1.2. *Customer Relationship Management*
 - 3.1.3. *Enterprise Resource Planning vs Customer Relationship Management*
 - 3.1.4. *Enterprise Resource Planning y Customer Relationship Management* en el negocio
- 3.2. El *Enterprise Resource Planning*
 - 3.2.1. Aportación de un *Enterprise Resource Planning* en la empresa
 - 3.2.2. Implantación y gestión
 - 3.2.3. Día a día de un *Enterprise Resource Planning*

- 3.3. *Enterprise Resource Planning* y su gestión
 - 3.3.1. Los módulos de un ERO
 - 3.3.2. Tipos de sistemas de *Enterprise Resource Planning*
 - 3.3.3. Herramientas en el mercado
- 3.4. *Customer Relationship Management*
 - 3.4.1. Aportación de un *Customer Relationship Management* a la empresa
 - 3.4.2. Diseño de un sistema de información
 - 3.4.3. *Customer Relationship Management* para procesos de mejora
- 3.5. *Customer Relationship Management* para diseños de proyectos
 - 3.5.1. Situación actual del entorno
 - 3.5.2. Venta o fidelización
 - 3.5.3. Rentabilidad de fidelizar clientes
- 3.6. *Customer Relationship Management*. Trabajar con la información
 - 3.6.1. Marketing y gestión de proyectos
 - 3.6.2. Factores de éxito
 - 3.6.3. Estrategias
- 3.7. *Customer Relationship Management*. Herramienta de comunicación
 - 3.7.1. La comunicación
 - 3.7.2. La Información
 - 3.7.3. La Escucha Activa
 - 3.7.4. Estrategias de inversión en sistemas de información
- 3.8. *Customer Relationship Management*. Recuperación de clientes insatisfechos
 - 3.8.1. Detección de errores a tiempo
 - 3.8.2. Corrección y subsanación de errores
 - 3.8.3. Recuperación del cliente y diseño de procesos de mejora continua
- 3.9. Proyectos informáticos
 - 3.9.1. Objetivos
 - 3.9.2. *Enterprise Resource Planning y Customer Relationship Management* para atraer clientes
 - 3.9.3. Diseño de proyectos
 - 3.9.4. Evaluación y registro de resultados

- 3.10. Desarrollo de un proyecto informático
 - 3.10.1. Errores frecuentes
 - 3.10.2. Metodología
 - 3.10.3. Segmentación y procesos
 - 3.10.4. Formación
 - 3.10.5. Diseño de acciones aplicadas a *Customer Relationship Management* y *Enterprise Resource Planning*

Módulo 4. Dirección y Control de Proyectos Informáticos Mediante Inteligencia de Negocio

- 4.1. Inteligencia de negocio
 - 4.1.1. Inteligencia de negocio
 - 4.1.2. Gestión de los datos
 - 4.1.3. Ciclo de vida del Dato
 - 4.1.4. Arquitectura
 - 4.1.5. Aplicaciones
- 4.2. Gestión de proyectos informáticos mediante Técnicas Analíticas
 - 4.2.1. Elección de Inteligencia de Negocio
 - 4.2.2. Ventajas de la Inteligencia de Negocio para los proyectos
 - 4.2.3. Ejemplos y aplicaciones
- 4.3. Recolección y almacenamiento
 - 4.3.1. Modelos de negocio y modelos de datos
 - 4.3.2. Tipos de almacenamiento
 - 4.3.3. Almacenamiento de Big Data en la nube
- 4.4. Procesamiento masivo de datos e información
 - 4.4.1. Tipos de procesamiento de datos
 - 4.4.2. Técnicas para simplificar el procesamiento masivo
 - 4.4.3. Procesamiento en la nube
- 4.5. Técnicas analíticas
 - 4.5.1. Técnicas analíticas
 - 4.5.2. Análisis predictivo
 - 4.5.3. Análisis de patrones y recomendación
 - 4.5.4. Aprendizaje automático escalable

- 4.6. Visualización para toma de decisiones
 - 4.6.1. Visualización y análisis de datos
 - 4.6.2. Herramientas
 - 4.6.3. La visualización para el análisis de datos
 - 4.6.4. Diseño de informes
- 4.7. Consumo de información empresarial
 - 4.7.1. El cuadro de mando
 - 4.7.2. Diseño y extracción de KPIs
 - 4.7.3. Información geográfica
- 4.8. Seguridad y gobernanza
 - 4.8.2. Seguridad
 - 4.8.3. Gobernanza
- 4.9. Aplicaciones reales a proyectos informáticos
 - 4.9.2. De la recolección al procesamiento
 - 4.9.3. Del análisis a la visualización
- 4.10. Dirección de un proyecto
 - 4.10.1. Proyecto
 - 4.10.2. Toma de requisitos y objetivos
 - 4.10.3. Puesta en marcha y ejecución

Módulo 5. Monitoreo y Control Estratégico de Proyectos Informáticos

- 5.1. El dato y la información para la toma de decisiones y la dirección de proyectos
 - 5.1.1. Inteligencia de negocio
 - 5.1.2. Evolución del concepto de inteligencia de negocio
 - 5.1.3. Ciclo de vida del dato
- 5.2. Técnicas para análisis de información
 - 5.2.1. Analítica descriptiva
 - 5.2.2. Analítica prescriptiva
 - 5.2.3. Analítica predictiva
 - 5.2.4. Análisis de patrones y recomendaciones
 - 5.2.5. Aportaciones del análisis en proyectos informáticos

- 5.3. Tipos de datos
 - 5.3.1. Datos estructurados
 - 5.3.2. Datos semi estructurados
 - 5.3.3. Datos no estructurados
- 5.4. Almacenamiento y gestión
 - 5.4.1. *Data Lake, Data Warehouse y Data Mart*
 - 5.4.2. Etapas en la gestión del dato: Extracción, transformación y carga
 - 5.4.3. Paradigma ETL y ELT
- 5.5. Gestión del dato para implantación de un proyecto
 - 5.5.1. Uso del dato en el diseño de un proyecto
 - 5.5.2. Toma de decisiones
 - 5.5.3. Aportaciones
- 5.6. Soluciones de inteligencia de negocio: *Power BI*
 - 5.6.1. Ecosistema
 - 5.6.2. Posibles fortalezas y debilidades
- 5.7. Soluciones de inteligencia de negocio: *Tableau*
 - 5.7.1. Ecosistema
 - 5.7.2. Fortalezas y debilidades
- 5.8. Soluciones de inteligencia de negocio: *Qlik*
 - 5.8.1. Ecosistema
 - 5.8.2. Posibles fortalezas y debilidades
- 5.9. Soluciones de inteligencia de negocio: *Prometeus*
 - 5.9.1. Ecosistema
 - 5.9.2. Posibles fortalezas y debilidades
- 5.10. El futuro de la inteligencia de negocio
 - 5.10.1. Aplicaciones en la nube
 - 5.10.2. Inteligencia de negocio de autoconsumo
 - 5.10.3. Integración con *Data Science*. Generación de valor

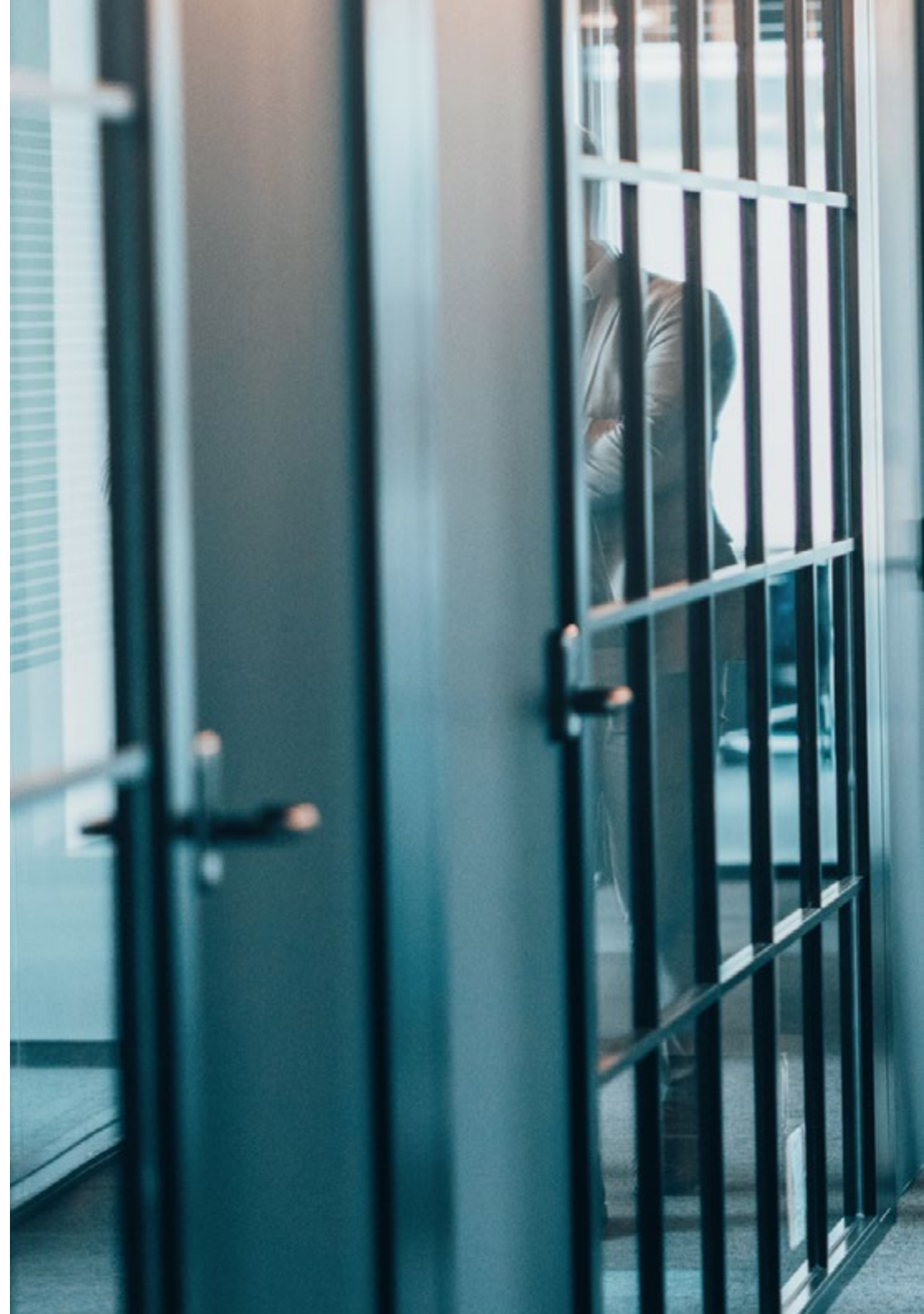
Módulo 6. Analítica Digital para la Toma de Decisiones en Proyectos Tecnológicos

- 6.1. Analítica digital
 - 6.1.1. Analítica digital
 - 6.1.2. Modus operandi
- 6.2. Google Analytics: Herramienta de análisis
 - 6.2.1. Google Analytics
 - 6.2.2. Cuantificar y cualificar: Métricas y dimensiones
 - 6.2.3. Objetivos del análisis
- 6.3. Métricas
 - 6.3.1. Métricas básicas
 - 6.3.2. KPI (*Key Performance Indicators*) o métricas avanzadas
 - 6.3.3. El objetivo: La conversión
- 6.4. Dimensiones
 - 6.4.1. Campaña / keyword
 - 6.4.2. Fuente / medio
 - 6.4.3. Contenido
- 6.5. Google Analytics
 - 6.5.1. Instalación y configuración de la herramienta
 - 6.5.2. Versiones existentes en la actualidad: UA / GA4
 - 6.5.3. Objetivos de conversión. Embudos de conversión
- 6.6. Estructura de Google Analytics: Áreas de trabajo
 - 6.6.1. Cuentas
 - 6.6.2. Propiedades
 - 6.6.3. Vistas

- 6.7. Informes de Google Analytics
 - 6.7.1. En tiempo real
 - 6.7.2. Audiencia
 - 6.7.3. Adquisición
 - 6.7.4. Comportamiento
 - 6.7.5. Conversiones
- 6.8. Informes Avanzados de Google Analytics
 - 6.8.1. Informes personalizados
 - 6.8.2. Paneles
 - 6.8.3. APIs
- 6.9. Filtrado
 - 6.9.1. Filtrado y segmentación. Usabilidad
 - 6.9.2. Segmentos predefinidos y segmentos personalizados
 - 6.9.3. Listas de *Remarketing*
- 6.10. Plan de Analítica Digital
 - 6.10.1. Medición
 - 6.10.2. Implementación en el entorno tecnológico
 - 6.10.3. Conclusiones

Módulo 7. Mejora de Proyectos Informáticos y Negocios Mediante Técnicas Analíticas

- 7.1. La Analítica de datos en las empresas
 - 7.1.1. La analítica de datos en las empresas
 - 7.1.2. El valor
 - 7.1.3. Gestión de proyectos según el valor
- 7.2. Marketing digital
 - 7.2.1. Marketing digital
 - 7.2.2. Beneficios del marketing digital
- 7.3. Marketing digital. Preparación
 - 7.3.1. Campañas
 - 7.3.2. Ejecución y medición
 - 7.3.3. Variantes de estrategia digital
 - 7.3.4. Planificación





- 7.4. Marketing digital. Ejecución
 - 7.4.1. Aplicaciones
 - 7.4.2. Integración en entornos web
- 7.5. Ciclo de vida
 - 7.5.1. *Customer journey* vs campañas
 - 7.5.2. Medición
- 7.6. Gestión del dato
 - 7.6.1. *Datawarehouse* y *Datalab*
 - 7.6.2. Aplicaciones para la generación de bases de campañas
 - 7.6.3. Opciones de accionamiento
- 7.7. Exclusiones de campañas
 - 7.7.1. Tipos
 - 7.7.2. GDPR y Robinson
 - 7.7.3. Anonimización del dato
- 7.8. Cuadros de mandos
 - 7.8.1. Audiencia
 - 7.8.2. *Story - telling*
 - 7.8.3. Aplicaciones
- 7.9. Conclusiones de valor en analítica de datos:
 - 7.9.1. Visión global del cliente
 - 7.9.2. Estrategia del análisis y tipos
 - 7.9.3. Aplicaciones
- 7.10. Aplicación en escenarios empresariales
 - 7.10.1. *Clustering* de cartera
 - 7.10.2. Modelos predictivos de riesgo
 - 7.10.3. Caracterización de clientes de cartera
 - 7.10.4. Tratamiento de imágenes
 - 7.10.5. Modelos de proposición de oferta

Módulo 8. Calidad en Dirección e Implementación de Proyectos Software

- 8.1. Calidad del software
 - 8.1.1. Metodologías y normativas
 - 8.1.2. Informes de calidad de software: Informe CHAOS de *Standish Group*
 - 8.1.3. Certificaciones de calidad de Software: ISO, AENOR
- 8.2. Codificación segura
 - 8.2.1. Codificación: Razones y tipos de códigos
 - 8.2.2. Reglas de codificación
- 8.3. Calidad de los datos mediante la validación de entrada
 - 8.3.1. Captura eficiente de datos
 - 8.3.2. Métodos de "data - entry": *OCR, Keyboard, RFID*, etc
 - 8.3.3. Test y pruebas de validación de datos
- 8.4. Gestión de Calidad Total: *Six Sigma*
 - 8.4.1. TQM
 - 8.4.2. *Six Sigma*: Metodología y cultura
 - 8.4.3. Diseño sistemas "Top Down" y programación modular
 - 8.4.4. Documentación: Método documentación FOLKLORE
- 8.5. Pruebas, mantenimiento y auditorias
 - 8.5.1. Procesos de test
 - 8.5.2. Uso de datos de test
 - 8.5.3. Auditorias y auditores externos
- 8.6. Calidad de productos implementados en redes
 - 8.6.1. Tecnología "*Client - Server*"
 - 8.6.2. Tecnología "*Cloud Computing*"
- 8.7. Formación a usuarios
 - 8.7.1. Estrategias de formación a usuarios
 - 8.7.2. Guías de formación
- 8.8. Estrategias conversión/migración a nuevos sistemas
 - 8.8.1. Estrategias de migración: Paralelo, gradual
 - 8.8.2. Plan de migración/conversión
 - 8.8.3. Gestión de los propietarios de los datos

- 8.9. Seguridad
 - 8.9.1. Seguridad física y lógica: Destrucción de documentos
 - 8.9.2. Comercio electrónico
 - 8.9.3. Plan "*Disaster - Recovery*"
- 8.10. Evaluación
 - 8.10.1. Técnicas de evaluación de calidad
 - 8.10.2. Evaluación en entornos web

Módulo 9. Cumplimiento Normativo para la Seguridad de Información en Proyectos Tecnológicos

- 9.1. Normativa de protección de datos
 - 9.1.1. Marco normativo
 - 9.1.2. Sujetos obligados al cumplimiento de la normativa
 - 9.1.2.1. Responsables, corresponsables y encargados de tratamiento
 - 9.1.3. La figura del delegado de Protección de Datos
- 9.2. Tratamiento de los datos personales
 - 9.2.1. Licitud, lealtad y transparencia
 - 9.2.2. Limitación de la finalidad
 - 9.2.3. Minimización de datos, exactitud y limitación del plazo de conservación
 - 9.2.4. Integridad y confidencialidad
 - 9.2.5. Responsabilidad proactiva
- 9.3. Protección de datos desde el diseño y por defecto
 - 9.3.1. Seudonimización de datos
 - 9.3.2. Minimización de datos
 - 9.3.3. Medidas organizativas acordes a la finalidad del tratamiento
- 9.4. Bases de licitud o legitimación y habilitaciones para el tratamiento. Comunicación de datos
 - 9.4.1. Consentimiento
 - 9.4.2. Relación contractual o medidas precontractuales
 - 9.4.3. Cumplimiento de una obligación legal
 - 9.4.4. Protección de intereses vitales del interesado u otra persona
 - 9.4.5. Interés público o ejercicio de poderes públicos
 - 9.4.6. Interés legítimo: Ponderación de intereses

- 9.5. Derechos de los individuos
 - 9.5.1. Transparencia e información
 - 9.5.2. Acceso
 - 9.5.3. Rectificación y supresión (derecho al olvido), limitación y portabilidad
 - 9.5.4. Oposición y decisiones individuales automatizadas
 - 9.5.5. Limitaciones a los derechos
- 9.6. Análisis y Gestión de riesgos de tratamientos de datos personales
 - 9.6.1. Identificación de riesgos y amenazas para los derechos y libertades de las personas físicas
 - 9.6.2. Evaluación de riesgos
 - 9.6.3. Plan de tratamiento de riesgos
- 9.7. Técnicas para garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de datos
 - 9.7.1. Identificación de medidas de responsabilidad proactiva
 - 9.7.2. Registro de actividades de tratamiento
 - 9.7.3. Gestión de brechas de seguridad
 - 9.7.4. Códigos de conducta y certificaciones
- 9.8. La Evaluación de Impacto relativa a la protección de los datos personales EIPD o DPIA)
 - 9.8.1. Estudio de necesidad de la EIPD
 - 9.8.2. Metodología de evaluación
 - 9.8.3. Identificación de riesgos y amenazas
 - 9.8.4. Consulta previa a la autoridad de control
- 9.9. Seguridad de la información
 - 9.9.1. Marcos normativos de seguridad
 - 9.9.2. La evaluación y certificación de productos de seguridad TIC
 - 9.9.3. Catálogo de Productos y servicios STIC (CPSTIC)
- 9.10. Las autoridades de control. Infracciones y sanciones
 - 9.10.1. Infracciones
 - 9.10.2. Sanciones
 - 9.10.3. Procedimiento sancionador
 - 9.10.4. Las autoridades de control y mecanismos de cooperación

Módulo 10. Gestión de Equipos en Proyectos Informáticos

- 10.1. Gestión de equipos
 - 10.1.1. Las habilidades directivas
 - 10.1.2. La gestión del capital humano y las funciones directivas
 - 10.1.3. Clasificación y tipos de habilidades directivas
 - 10.1.4. Gestión de liderazgo de grupos en las empresas
- 10.2. *Team Building*
 - 10.2.1. Dirección de equipos
 - 10.2.2. Evaluación del desempeño
 - 10.2.3. Delegación y empowerment
 - 10.2.4. Gestión del compromiso
- 10.3. Equipo de trabajo
 - 10.3.1. Cultura: Misión, visión, valores
 - 10.3.2. Planeación y estrategia
 - 10.3.3. Organización y seguimiento
 - 10.3.4. *Feedback* y *feedforward*
 - 10.3.5. Evaluación de resultados
- 10.4. Etapas en la formación de equipo
 - 10.4.1. Etapa de dependencia
 - 10.4.2. Etapa de contradependencia
 - 10.4.3. Etapa de independencia
 - 10.4.4. Etapa de interdependencia
- 10.5. Organización de proyectos informáticos
 - 10.5.1. Planificación en la empresa
 - 10.5.2. Planificación del tiempo
 - 10.5.3. Planificación de recursos
 - 10.5.4. Planificación de los costes
- 10.6. *Talent management* en la empresa
 - 10.6.1. El talento
 - 10.6.2. Gestión del talento
 - 10.6.3. Dimensiones del talento
 - 10.6.4. Atracción del talento

- 10.7. La comunicación en la empresa
 - 10.7.1. El proceso de comunicación en la empresa
 - 10.7.1.1. Las relaciones y la comunicación interna de la empresa
 - 10.7.1.2. La relación entre organización y comunicación en la empresa: Centralización o descentralización
 - 10.7.1.3. Herramientas de comunicación interna y externa
 - 10.7.2. Relaciones interpersonales en la empresa
 - 10.7.2.1. La comunicación y el conflicto interpersonal
 - 10.7.2.2. Filtros y barreras de la comunicación
 - 10.7.2.3. La crítica y la escucha activa
 - 10.7.2.4. Técnicas para la escucha activa
- 10.8. Técnicas de negociación en la empresa
 - 10.8.1. La negociación en el ámbito directivo de las empresas tecnológicas
 - 10.8.1.1. Negociación
 - 10.8.1.2. Estilos de negociación
 - 10.8.1.3. Fases de la negociación
 - 10.8.2. Técnicas de negociación
 - 10.8.2.1. Estrategias y tácticas de negociación
 - 10.8.2.2. Tipos de negociación
 - 10.8.3. La figura del sujeto negociador
 - 10.8.3.1. Características del negociador
 - 10.8.3.2. Clases de negociadores
 - 10.8.3.3. La psicología en la negociación
- 10.9. Coaching y dirección empresarial
 - 10.9.1. Coaching empresarial
 - 10.9.2. La práctica del coaching
 - 10.9.3. Coaching en las organizaciones
- 10.10. *Mentoring* y dirección empresarial
 - 10.10.1. El Mentoring
 - 10.10.2. Los 4 procesos de un programa de *mentoring*
 - 10.10.2.1. Procesos
 - 10.10.2.2. La figura del mentor en la empresa
 - 10.10.2.3. Figura del protegido en la empresa tecnológica

- 10.10.3. Beneficios del *mentoring* en la empresa
 - 10.10.3.1. Beneficios para la organización: Mentor y mentorizado
- 10.10.4. Diferencias entre *mentoring* y *coaching*

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. Dirección de operaciones
 - 15.2.1. Importancia de la dirección
 - 15.2.2. La cadena de valor
 - 15.2.3. Gestión de calidad
- 15.3. Comunicación en situaciones de crisis
 - 15.3.1. Crisis
 - 15.3.2. Fases de la crisis
 - 15.3.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 15.4. Preparación de un plan de crisis
 - 15.4.1. Análisis de posibles problemas
 - 15.4.2. Planificación
 - 15.4.3. Adecuación del personal
- 15.5. Inteligencia emocional
 - 15.5.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 15.5.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 15.5.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.6. *Branding Personal*
 - 15.6.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 15.6.2. Leyes del *branding* personal
 - 15.6.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 15.7. Liderazgo y gestión de equipos
 - 15.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 15.7.2. Capacidades y desafíos del Líder
 - 15.7.3. Gestión de Procesos de Cambio
 - 15.7.4. Gestión de Equipos Multiculturales

04

Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH está diseñado para dotar a los profesionales de las habilidades necesarias para liderar Proyectos Tecnológicos con una visión estratégica y orientada a la innovación. Para ello, la titulación universitaria abarcará desde la gestión ágil de proyectos hasta la aplicación de inteligencia de negocio y análisis digital, capacitando al alumnado para optimizar procesos, gestionar equipos multidisciplinares y garantizar la alineación tecnológica con los objetivos comerciales. Así, los objetivos docentes asegurarán que los egresados desarrollen competencias en dirección estratégica, mejorando la calidad en Proyectos Tecnológicos y el liderazgo de la transformación digital en las organizaciones.



“

Estarás preparado para identificar oportunidades clave de innovación dentro de los Proyectos Tecnológicos”



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar habilidades estratégicas para la dirección de Proyectos Tecnológicos en entornos empresariales dinámicos
- ♦ Dominar metodologías ágiles y técnicas avanzadas de gestión para la optimización de procesos en proyectos informáticos
- ♦ Implementar herramientas de inteligencia de negocio para la toma de decisiones basadas en datos
- ♦ Garantizar la calidad y cumplimiento normativo en la dirección e implementación de Proyectos Tecnológicos
- ♦ Liderar la gestión del talento y equipos multidisciplinarios, impulsando la eficiencia operativa y la innovación
- ♦ Aplicar técnicas de análisis digital para la mejora continua y optimización de los proyectos
- ♦ Integrar estrategias comerciales y financieras en la gestión de Proyectos Tecnológicos, alineándolos con los objetivos de negocio
- ♦ Fomentar un liderazgo ético y socialmente responsable en la dirección de Proyectos Tecnológicos



Te especializarás en la mejora de la calidad en proyectos y el liderazgo de la transformación digital”





Objetivos específicos

Módulo 1. Dirección y gestión Ágil de Proyectos Tecnológicos

- ♦ Comprender los principios y metodologías ágiles aplicadas a la gestión de Proyectos Tecnológicos
- ♦ Implementar *frameworks* como *Scrum*, *Kanban* y *SAFe* para optimizar el desarrollo de proyectos
- ♦ Mejorar la adaptabilidad y eficiencia en la gestión de proyectos mediante prácticas ágiles
- ♦ Desarrollar estrategias para liderar equipos en entornos ágiles y fomentar la mejora continua

Módulo 2. Gestión de Requisitos y Análisis de Procesos en Proyectos de Desarrollo de Software

- ♦ Identificar y documentar los requisitos funcionales y no funcionales de un proyecto de software
- ♦ Analizar y modelar procesos empresariales para optimizar el desarrollo tecnológico
- ♦ Aplicar técnicas de gestión de requisitos para garantizar la alineación del software con las necesidades del negocio
- ♦ Integrar herramientas y metodologías para la gestión eficaz del ciclo de vida del software

Módulo 3. Gestión Empresarial: Tecnologías para Gestión de Recursos y Clientes

- ♦ Explorar las principales tecnologías para la optimización de la gestión empresarial
- ♦ Implementar soluciones CRM y ERP para mejorar la relación con clientes y la administración de recursos
- ♦ Analizar el impacto de las nuevas tecnologías en la eficiencia operativa de las organizaciones
- ♦ Desarrollar estrategias digitales para mejorar la interacción con clientes y la toma de decisiones empresariales

Módulo 4. Dirección y Control de Proyectos Informáticos Mediante Inteligencia de Negocio

- ♦ Aplicar técnicas de inteligencia de negocios en la planificación y ejecución de Proyectos Tecnológicos
- ♦ Desarrollar paneles de control e informes analíticos para mejorar la toma de decisiones
- ♦ Utilizar herramientas de visualización de datos para optimizar el monitoreo del desempeño de proyectos
- ♦ Implementar estrategias basadas en datos para garantizar el éxito y la escalabilidad de los proyectos informáticos

Módulo 5. Monitoreo y Control Estratégico de Proyectos Informáticos

- ♦ Aplicar metodologías de seguimiento y control para evaluar el desempeño de los proyectos
- ♦ Desarrollar indicadores clave de rendimiento (KPIs) para la gestión estratégica de proyectos
- ♦ Implementar herramientas de monitoreo en tiempo real para la optimización de procesos
- ♦ Identificar riesgos y proponer estrategias para mitigar impactos negativos en los proyectos

Módulo 6. Analítica Digital para la Toma de Decisiones en Proyectos Tecnológicos

- ♦ Aplicar técnicas de analítica digital para evaluar el impacto de los Proyectos Tecnológicos
- ♦ Utilizar herramientas de Big Data para procesar información relevante en la toma de decisiones
- ♦ Desarrollar modelos predictivos para optimizar la gestión de proyectos
- ♦ Interpretar datos y métricas clave para mejorar la rentabilidad y eficiencia de los proyectos

Módulo 7. Mejora de Proyectos Informáticos y Negocios Mediante Técnicas Analíticas

- ♦ Implementar modelos analíticos avanzados para la optimización de procesos empresariales
- ♦ Aplicar técnicas de minería de datos para mejorar el rendimiento de los proyectos
- ♦ Identificar tendencias y patrones permiten que la mejora continua de los Proyectos Tecnológicos
- ♦ Utilizar herramientas analíticas para reducir costos y maximizar la eficiencia operativa

Módulo 8. Calidad en Dirección e Implementación de Proyectos Software

- ♦ Aplicar metodologías de aseguramiento de calidad en el desarrollo de software
- ♦ Implementar estrategias de *testing* y control de calidad para optimizar el desempeño del software
- ♦ Garantizar el cumplimiento de estándares y normativas en la gestión de Proyectos Tecnológicos
- ♦ Diseñar planes de mejora continua para elevar la calidad en el ciclo de vida del software

Módulo 9. Cumplimiento Normativo para la Seguridad de la Información en Proyectos Tecnológicos

- ♦ Analizar el marco regulador en materia de seguridad de la información y protección de datos
- ♦ Implementar protocolos de seguridad para mitigar riesgos en Proyectos Tecnológicos
- ♦ Aplicar normativas internacionales como ISO 27001 para garantizar la ciberseguridad
- ♦ Desarrollar estrategias para la prevención y gestión de incidentes de seguridad

Módulo 10. Gestión de Equipos en Proyectos Informáticos

- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo para la gestión de equipos de trabajo en entornos tecnológicos
- ♦ Aplicar metodologías de trabajo colaborativo para potenciar la productividad de los equipos
- ♦ Implementar estrategias de comunicación efectiva para la coordinación de proyectos
- ♦ Fomentar la cultura de innovación y trabajo en equipo en el ámbito tecnológico

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

- ♦ Aplicar principios de ética empresarial en la gestión de Proyectos Tecnológicos
- ♦ Desarrollar estrategias de responsabilidad social en el ámbito corporativo
- ♦ Identificar el impacto de la tecnología en la sostenibilidad y el desarrollo social
- ♦ Fomentar un liderazgo responsable que equilibre la rentabilidad y el compromiso social

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- ♦ Implementar estrategias de atracción, retención y desarrollo del talento en equipos tecnológicos
- ♦ Aplicar técnicas de gestión del desempeño para maximizar la eficiencia del capital humano
- ♦ Desarrollar planes de formación y capacitación para mejorar la competitividad del talento
- ♦ Diseñar entornos de trabajo que fomenten la innovación y el crecimiento profesional

Módulo 13. Dirección Económico - Financiera

- ♦ Aplicar herramientas de análisis financiero para evaluar la viabilidad de Proyectos Tecnológicos
- ♦ Desarrollar estrategias de optimización de costos y recursos en la gestión de proyectos
- ♦ Interpretar indicadores financieros clave para la toma de decisiones estratégicas
- ♦ Implementar modelos de financiamiento y presupuesto para la sostenibilidad de Proyectos Tecnológicos

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- ♦ Diseñar estrategias comerciales para el posicionamiento de productos y servicios tecnológicos
- ♦ Aplicar herramientas de marketing digital para mejorar la visibilidad de Proyectos Tecnológicos
- ♦ Desarrollar modelos de negocio innovadores basados en tendencias tecnológicas
- ♦ Implementar técnicas de fidelización y captación de clientes en mercados tecnológicos

Módulo 15. Management Directivo

- ♦ Desarrollar habilidades de dirección y liderazgo en entornos empresariales tecnológicos
- ♦ Implementar metodologías para la toma de decisiones estratégicas en la alta dirección
- ♦ Gestionar la transformación digital desde una perspectiva directiva
- ♦ Aplicar modelos de gestión del cambio para la adaptación de las empresas a la era digital

05

Salidas profesionales

Al completar esta novedosa titulación universitaria en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos, los egresados estarán preparados para asumir roles de alto impacto en el ámbito empresarial y tecnológico. A su vez, podrán desempeñarse como directores de Proyectos Tecnológicos, gerentes de innovación, consultores en transformación digital o líderes de equipos de desarrollo de software en empresas de tecnología, consultorías, corporaciones multinacionales y startups. Como resultado, su capacidad para gestionar proyectos complejos, optimizar recursos y aplicar estrategias basadas en datos les permitirá acceder a oportunidades en sectores como *fintech*, *healthtech*, telecomunicaciones, inteligencia artificial y ciberseguridad.





“

Manejarás herramientas avanzadas de análisis de datos para respaldar decisiones estratégicas en cada etapa del ciclo de vida del proyecto"

Perfil del egresado

El egresado será un profesional altamente capacitado para dirigir y gestionar Proyectos Tecnológicos con una visión estratégica, innovadora y orientada a resultados. Asimismo, contará con un sólido conocimiento en metodologías ágiles, inteligencia de negocio, gestión financiera y liderazgo de equipos multidisciplinarios, lo que le permitirá enfrentar los desafíos de la transformación digital con eficacia. Además, poseerá una visión global del sector tecnológico, una capacidad analítica avanzada y una mentalidad adaptable al cambio, lo que lo convertirá en un activo indispensable para empresas que buscan mantenerse competitivas en la era digital.

Integrarás la sostenibilidad en los Proyectos Tecnológicos, asegurando que se respeten los principios medioambientales y sociales.

- ♦ **Gestión Ágil de Proyectos Tecnológicos:** dominar las metodologías como *Scrum*, *Kanban* y *SAFe* para optimizar tiempos y recursos en Proyectos Tecnológicos
- ♦ **Inteligencia de Negocio y Análisis de Datos:** interpretar métricas clave y utilizar herramientas de BI para la toma de decisiones estratégicas
- ♦ **Optimización de Procesos Empresariales:** aplicar tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia operativa y la rentabilidad en organizaciones digitales
- ♦ **Ciberseguridad y Cumplimiento Normativo:** conocer los estándares internacionales de seguridad y privacidad para la protección de la información en Proyectos Tecnológicos





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

- 1. Director de Proyectos Tecnológicos:** responsable de la planificación, ejecución y control de proyectos digitales, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos de la empresa.
- 2. Gerente de Transformación Digital:** encargado de liderar la adopción de nuevas tecnologías y metodologías innovadoras dentro de la organización.
- 3. Consultor en Innovación Tecnológica:** asesor en la implementación de soluciones digitales que mejoren la competitividad y eficiencia operativa de las empresas.
- 4. Especialista en Inteligencia de Negocio:** dedicado al análisis de datos y generación de insights estratégicos para la toma de decisiones.
- 5. Gerente de Analítica Digital y Big Data:** responsable del uso de herramientas de analítica avanzada para la optimización de procesos y modelos de negocio.
- 6. Director de Seguridad de la Información:** líder en la implementación de políticas de ciberseguridad y cumplimiento normativo en entornos tecnológicos.
- 7. Consultor en Compliance Tecnológico:** encargado de garantizar que los proyectos cumplan con las regulaciones internacionales en seguridad de datos y privacidad.
- 8. Director de Innovación y Desarrollo Tecnológico:** dedicado al diseño y ejecución estrategias de innovación en empresas tecnológicas y multinacionales.
- 9. Gerente de Gestión del Talento Tecnológico:** responsable de la selección y desarrollo de equipos altamente especializados en tecnología y transformación digital.
- 10. Chief Technology Officer:** encargado de la estrategia tecnológica y del desarrollo de soluciones digitales en la empresa.

06

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

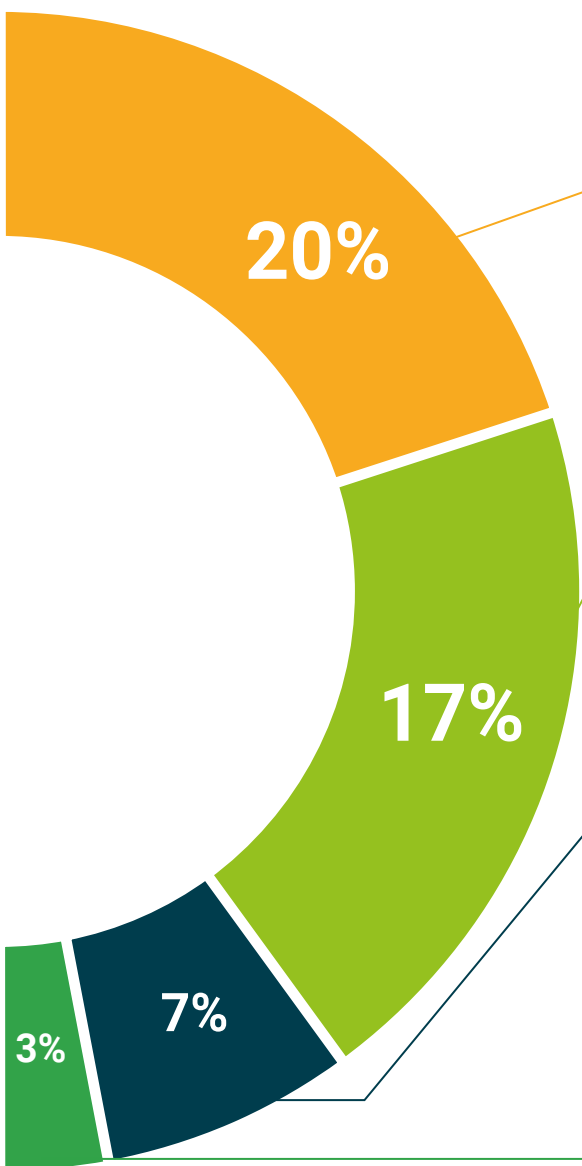
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



07

Cuadro docente

El cuadro docente está conformado por profesionales de referencia en el ámbito de los Proyectos Tecnológicos, cuya trayectoria consolidada y alto nivel de especialización garantizan una capacitación rigurosa, actualizada y orientada a la práctica. Por ejemplo, cada integrante del equipo académico aportará su experiencia directa en el sector, ofreciendo al alumnado una visión real del entorno profesional. Además, esta cercanía con la realidad laboral permite transferir conocimientos aplicados, herramientas estratégicas y habilidades clave para el liderazgo. Así, los profesionales podrán adquirir una preparación sólida, adaptada a las demandas actuales del sector y alineada con las exigencias de puestos directivos.



“

*Te capacitarás junto a
profesionales de alto nivel,
que te guiarán hacia una
comprensión profunda y práctica
de los Proyectos Tecnológicos”*

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

*Gracias a TECH podrás
aprender con los mejores
profesionales del mundo”*

Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los 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 tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

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



D. Arman, Romi

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

“

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO y CTO en Prometeus Global Solutions
- CTO en Korporate Technologies
- CTO en AI Shepherds GmbH
- Consultor y Asesor Estratégico Empresarial en Alliance Medical
- Director de Diseño y Desarrollo en DocPath
- Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela
- Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Máster en Executive MBA por la Universidad Isabel I
- Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Isabel I
- Máster Experto en Big Data por Formación Hadoop
- Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Miembro de: Grupo de Investigación SMILE

Profesores

D. Gómez Esteban, Enrique

- ♦ Perito Informático y Administrador de Base de Datos Oracle DBA en la OTAN, Alten, ViewNext, Everis y Psa Group (Peugeot)
- ♦ Jefe de proyectos en Telefónica
- ♦ Jefe de seguridad en la FNMT
- ♦ Asesor técnico en IBM Sterling e IBM Aspera
- ♦ Ingeniero de software en NCR Corporation
- ♦ Peritajes Informáticos en los ámbitos Mercantil, Civil, Penal y Extrajudicial en la Comunidad de Madrid
- ♦ Ingeniero en Informática por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster Postgrado en Seguridad Informática y Comunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid

D. Fondón Alcalde, Rubén

- ♦ Analista EMEA de Amazon Web Services
- ♦ Analista de Negocio en Gestión del Valor del Cliente en Vodafone España
- ♦ Jefe de Integración de Servicios en Entelgy para Telefónica Global Solutions
- ♦ Administrador de Cuentas en Línea de Servidores Clónicos en EDM Electronics
- ♦ Gerente de Implementación de Servicios Internacionales en Vodafone Global Enterprise
- ♦ Consultor de Soluciones para España y Portugal en Telvent Global Services
- ♦ Analista de Negocios para el sur de Europa en Vodafone Global Enterprise
- ♦ Ingeniero de Telecomunicaciones por la Universidad Europea de Madrid
- ♦ Máster en Big Data y Analytics por la Universidad Internacional de Valencia

D. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ Director Técnico en Indra Sistemas SA
- ♦ Ingeniero de Sistemas en ENA TRÁFICO SAU
- ♦ Máster en Industria 4.0. por la Universidad en Internet
- ♦ Máster en Ingeniería Industrial por la Universidad Europea
- ♦ Grado en Ingeniería en Electrónica Industrial y Automática por la Universidad Europea
- ♦ Ingeniero Técnico Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid

Dña. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Responsable de Capacitaciones Técnicas en Securitas Seguridad España
- ♦ Especialista en Educación, Negocios y Marketing
- ♦ *Product Manager* en Seguridad Electrónica en Securitas Seguridad España
- ♦ Analista de Inteligencia Empresarial en Ricopia Technologies
- ♦ Técnico Informático y Responsable de Aulas informáticas OTEC en la Universidad de Alcalá de Henares
- ♦ Colaboradora en la Asociación ASALUMA
- ♦ Grado en Ingeniería Electrónica de Comunicaciones en la Escuela Politécnica Superior, Universidad de Alcalá de Henares

D. García Niño, Pedro

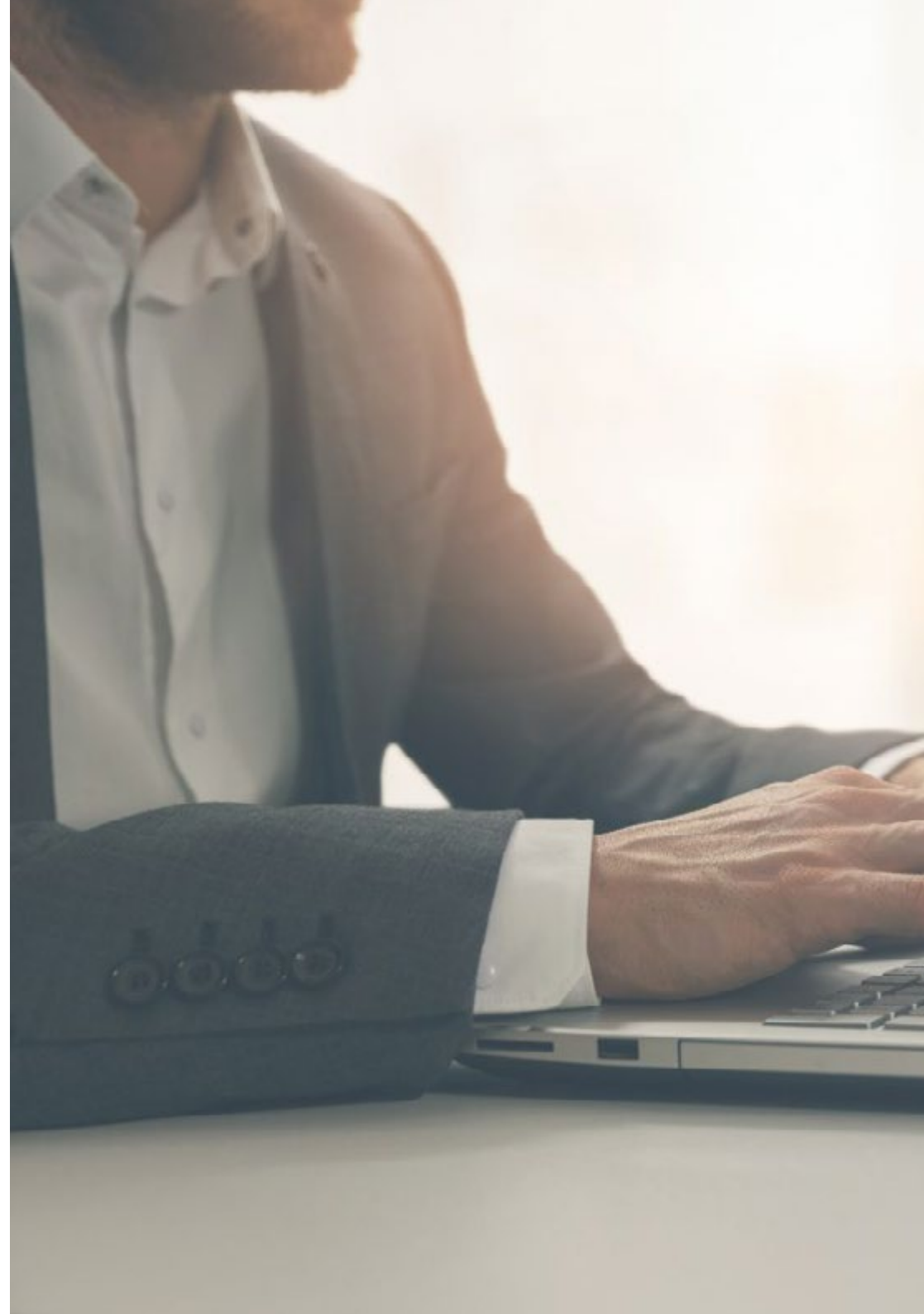
- ♦ Especialista en Posicionamiento Web y SEO
- ♦ Director de ventas de servicios informáticos en Camuñase y Electrocamuñas
- ♦ Técnico especialista en hardware y software en Camuñase y Electrocamuñas
- ♦ Especialista en Google Ads (PPC y SEM)
- ♦ Especialista en SEO On Page y Off Page
- ♦ Especialista en Analítica de Marketing Digital y Medición de Resultados

Dña. García La O, Marta

- ♦ Especialista en Marketing Digital y Redes Sociales
- ♦ Gestión, administración y *Account Management* en Think Planificación y Desarrollo SI
- ♦ Instructora formativa de altos directivos en Think Planificación y Desarrollo SI
- ♦ Especialista en Marketing en Versas Consultores
- ♦ Diplomada en Ciencias Empresariales por la Universidad de Murcia
- ♦ Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Fundesem Business School

Dña. Palomino Dávila, Cristina

- ♦ Consultora de Protección de Datos y Seguridad de la Información en Grupo Oesía
- ♦ Subdirectora de Auditoría en la Secretaría General de la Compañía Logística de Hidrocarburos CLH
- ♦ Consultora en el Área de Relaciones Jurídicas Corporativas en el Canal de Isabel II
- ♦ Consultora y Auditora en Helas Consultores SL
- ♦ Consultora y Auditora en Alaro Avant
- ♦ Abogada en el Área de Nuevas Tecnologías en Lorenzo Abogados
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad de Castilla-La Mancha
- ♦ Máster en Asesoría Jurídica de Empresas por el Instituto de Empresa
- ♦ Curso Superior en Dirección de Seguridad Digital y Gestión de Crisis por la Universidad de Alcalá y Alianza Española de Seguridad y Crisis (AESYC)
- ♦ Miembro de: Asociación Profesional Española de Privacidad (APEP) y ISMS Forum





“

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

08 Titulación

Este programa MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster de Formación Permanente expedido por TECH Universidad.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título de **MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

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

TECH es miembro de:



Título: **Máster de Formación Permanente MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



Máster de Formación Permanente

MBA en Dirección Avanzada
de Proyectos Tecnológicos

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster de Formación Permanente

MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos

Business Graduates
Association



tech
universidad