

Máster de Formación Permanente

MBA en Industrial Management

Aval/Membresía



tech
universidad



Máster de Formación Permanente MBA en Industrial Management

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

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



Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 22

05

Salidas profesionales

pág. 30

06

Licencias de software incluidas

pág. 36

07

Metodología de estudio

pág. 40

08

Cuadro docente

pág. 50

09

Titulación

pág. 72

01

Presentación del programa

En la actualidad, la gestión empresarial enfrenta desafíos constantes debido a la transformación digital, la globalización y la necesidad de eficiencia en los procesos productivos. En este contexto, las empresas requieren profesionales con una visión estratégica que les permita optimizar recursos, implementar metodologías innovadoras y liderar con éxito entornos industriales dinámicos. Por eso, TECH ha creado un vanguardista programa universitario enfocado en las herramientas más modernas del *Industrial Management*. A su vez, se basa en una cómoda modalidad totalmente online y basada en el libre acceso a los materiales didácticos.



“

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

La gestión Industrial se ha consolidado como un pilar fundamental para la competitividad y sostenibilidad de las organizaciones manufactureras y de servicios. En un entorno cada vez más globalizado, las organizaciones se enfrentan desafíos crecientes relacionados con la optimización de sus procesos productivos, reducción de costos y mejora continua de la calidad. Frente a esto, los profesionales necesitan incorporar a su práctica diaria los métodos más sofisticados de control de operaciones para aumentar la eficiencia y flexibilidad de las líneas de producción, contribuyendo al logro de ventajas competitivas sostenibles.

Con el objetivo de apoyarlos con esta labor, TECH presenta un innovador MBA en Industrial Management. El itinerario académico profundizará en áreas que comprenden desde los fundamentos de la gestión de proyectos o el control de los aspectos financieros hasta técnicas modernas de *lean manufacturing*. En este sentido, el temario proporcionará una variedad de estrategias para implementar exitosamente sistemas de gestión de la calidad y resolver conflictos de forma pacífica con los equipos de trabajo. Gracias a esto, los alumnos desarrollarán habilidades avanzadas para liderar equipos multidisciplinarios, gestionar recursos de manera estratégica y optimizar la toma de decisiones basadas en datos.

Esta titulación se imparte bajo una metodología online, permitiendo a los profesionales acceder a los contenidos en cualquier momento y desde cualquier dispositivo con conexión a internet. Además, el aprendizaje se basa en la metodología *Relearning*, que facilita la asimilación progresiva de los conceptos a través de la reiteración estratégica. En adición, unos reputados Directores Invitados Internacionales impartirán unas exhaustivas *Masterclasses*.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, 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 Industrial Management** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Industrial Management
- 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
- 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



Unos prestigiosos Directores Invitados Internacionales ofrecerán unas disruptivas Masterclasses sobre las últimas tendencias en Industrial Management"

“

Profundizarás en la gestión de la cadena de suministro, lo que te servirá para garantizar un flujo eficiente de los bienes y servicios dentro de la industria”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del *Industrial Management*, 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.

Tomarás decisiones financieras estratégicas que favorezcan el crecimiento y la rentabilidad de las operaciones industriales.

El disruptivo método Relearning de TECH te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización profesional.



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 Wistuba, 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 diez 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.

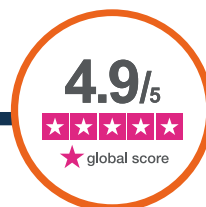
Líderes en empleabilidad

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 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

Los materiales didácticos que conforman esta titulación han sido desarrollados por un equipo de expertos en Gestión Industrial. Gracias a esto, el plan de estudios abordará en profundidad las técnicas más avanzadas de planificación, control y optimización de procesos industriales. Esto permitirá a los egresados implementar sistemas eficientes para optimizar la producción. Asimismo, el temario incluirá estrategias modernas de gestión de calidad, liderazgo de equipos y resolución de conflictos. Gracias a esto, el alumnado fortalecerá sus habilidades para mejorar la competitividad y sostenibilidad en entornos industriales elevadamente complejos.



“

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

Módulo 1. Claves estratégicas para mejorar la competitividad

- 1.1. La excelencia en la empresa actual
 - 1.1.1. Adaptación a los entornos VUCA
 - 1.1.2. Satisfacción de los electorados esenciales (*stakeholders*)
 - 1.1.3. *World class manufacturing*
 - 1.1.4. Medida de la excelencia: *Net Promoter Score*
- 1.2. Diseño de la estrategia empresarial
 - 1.2.1. Proceso general de definición de la estrategia
 - 1.2.2. Definición de la situación actual. Modelos de posicionamiento
 - 1.2.3. Movimientos estratégicos posibles
 - 1.2.4. Modelos estratégicos de actuación
 - 1.2.5. Estrategias funcionales y organizativas
 - 1.2.6. Análisis del entorno y organizativo. Análisis DAFO para la toma de decisiones
- 1.3. Despliegue de la estrategia. Cuadro de mando integral
 - 1.3.1. Misión, visión, valores y principios de actuación
 - 1.3.2. Necesidad de un cuadro de mando integral
 - 1.3.3. Perspectivas a utilizar en el CMI
 - 1.3.4. El mapa estratégico
 - 1.3.5. Fase para implementar un buen CMI
 - 1.3.6. El mapa general de un CMI
- 1.4. La gestión por procesos
 - 1.4.1. Descripción de un proceso
 - 1.4.2. Tipos de proceso. Procesos principales
 - 1.4.3. Priorización de procesos
 - 1.4.4. Representación de un proceso
 - 1.4.5. Medición de los procesos para la mejora
 - 1.4.6. Mapa de procesos
 - 1.4.7. Reingeniería de procesos
 - 1.4.8. Tipologías estructurales. Las organizaciones ágiles. ERR
 - 1.4.9. Tipologías estructurales
 - 1.4.10. La empresa vista como un sistema adaptable
 - 1.4.11. La empresa horizontal
 - 1.4.12. Características y factores clave de las organizaciones ágiles (ERR)
 - 1.4.13. Las Organizaciones del futuro: la organización TEAL

- 1.5. Diseño de modelos de negocio
 - 1.5.2. Modelo Canvas para el diseño del modelo de negocio
 - 1.5.3. Metodología *lean startup* en la creación de nuevos negocios y productos
 - 1.5.4. La estrategia del océano azul
 - 1.5.5. Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad
 - 1.5.6. Responsabilidad social corporativa (RSC): ISO 26000
 - 1.5.7. Objetivos de desarrollo sostenible ODS
 - 1.5.8. La Agenda 2030
- 1.6. *Customer Management*
 - 1.6.1. La necesidad de gestionar las relaciones con los clientes
 - 1.6.2. Elementos del *customer Management*
 - 1.6.3. La tecnología y el *customer Management*. Los CRM
- 1.7. La gestión en entornos internacionales
 - 1.7.1. La importancia de la internacionalización
 - 1.7.2. Diagnóstico del potencial exportador
 - 1.7.3. Elaboración del plan de internacionalización
 - 1.7.4. Puesta en marcha del plan de internacionalización
 - 1.7.5. Herramientas de ayuda a la exportación
- 1.8. La gestión del cambio
 - 1.8.1. La dinámica del cambio en las empresas
 - 1.8.2. Obstáculos al cambio
 - 1.8.3. Factores de adaptación al cambio
 - 1.8.4. Metodología de Kotter para la gestión del cambio

Módulo 2. Gestión de proyectos

- 2.1. El proyecto
 - 2.1.1. Elementos fundamentales del proyecto
 - 2.1.2. El director de proyecto
 - 2.1.3. El entorno en el que operan los proyectos
- 2.2. Gestión del alcance del proyecto
 - 2.2.1. Análisis del alcance
 - 2.2.2. Planificación del alcance del proyecto
 - 2.2.3. Control del alcance del proyecto

- 2.3. Gestión del cronograma
 - 2.3.1. La importancia de la planificación
 - 2.3.2. Gestionar la planificación del proyecto. *Project Schedule*
 - 2.3.3. Tendencias en la gestión del tiempo
- 2.4. Gestión de costes
 - 2.4.1. Análisis de los costes del proyecto
 - 2.4.2. Selección financiera de proyectos
 - 2.4.3. Planificación de los costes del proyecto
 - 2.4.4. Control de los costes del proyecto
- 2.5. Calidad, recursos y adquisiciones
 - 2.5.1. Calidad total y dirección de proyectos
 - 2.5.2. Recursos del proyecto
 - 2.5.3. Adquisiciones. El sistema de contratación
- 2.6. Interesados del proyecto y sus comunicaciones
 - 2.6.1. La importancia de los *stakeholders*
 - 2.6.2. Gestión de los interesados del proyecto
 - 2.6.3. Las comunicaciones del proyecto
- 2.7. Gestión de los riesgos del proyecto
 - 2.7.1. Principios fundamentales en la gestión de riesgos
 - 2.7.2. Procesos directivos para la gestión de los riesgos del proyecto
 - 2.7.3. Tendencias en la gestión de riesgos
- 2.8. Dirección integrada de proyectos
 - 2.8.1. Planificación estratégica y dirección de proyectos
 - 2.8.2. Plan para la dirección del proyecto
 - 2.8.3. Procesos de ejecución y control
 - 2.8.4. Cierre del proyecto
- 2.9. Metodologías ágiles I: Scrum
 - 2.9.1. Principios de Ágil y Scrum
 - 2.9.2. Equipo Scrum
 - 2.9.3. Eventos de Scrum
 - 2.9.4. Artefactos de Scrum

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

Módulo 3. Liderazgo y gestión de personas

- 3.1. El rol del líder
 - 3.1.2. El liderazgo en la gestión efectiva de personas
 - 3.1.3. Tipos de estilo de decisión en la dirección de personas
 - 3.1.4. El líder coach
 - 3.1.5. Los equipos autodirigidos y el *empowerment*
- 3.2. Motivación de equipos
 - 3.2.1. Necesidades y expectativas
 - 3.2.2. El Reconocimiento eficaz
 - 3.2.3. Cómo potenciar la cohesión del equipo
- 3.3. Comunicación y resolución de conflictos
 - 3.3.1. La comunicación inteligente
 - 3.3.2. Gestión constructiva del conflicto
 - 3.3.3. Estrategias de resolución de conflictos
- 3.4. La inteligencia emocional en la gestión de personas
 - 3.4.1. Emoción, sentimiento y estado de ánimo
 - 3.4.2. La inteligencia emocional
 - 3.4.3. Modelo de habilidad (Mayer y Salovey): identificar, usar, comprender y manejar
 - 3.4.4. La inteligencia emocional y la selección del personal
- 3.5. Indicadores en la gestión de personas
 - 3.5.1. Productividad
 - 3.5.2. Rotación de personal
 - 3.5.3. Tasa de retención del talento
 - 3.5.4. Índice de satisfacción del personal
 - 3.5.5. Tiempo promedio vacantes pendientes de cubrir
 - 3.5.6. Tiempo de capacitación promedio
 - 3.5.7. Tiempo promedio en alcanzar metas
 - 3.5.8. Niveles absentismo
 - 3.5.9. Accidentabilidad laboral

- 3.6. Evaluación del desempeño
 - 3.6.1. Componentes y ciclo de evaluación del desempeño
 - 3.6.2. Evaluación 360°
 - 3.6.3. Gestión del desempeño: un proceso y un sistema
 - 3.6.4. Dirección por objetivos
 - 3.6.5. Funcionamiento del proceso de evaluación de desempeño
- 3.7. Plan de formación
 - 3.7.1. Principios fundamentales
 - 3.7.2. Identificación de las necesidades de formación
 - 3.7.3. Plan de formación
 - 3.7.4. Indicadores de formación y desarrollo
 - 3.8.5. Identificación del potencial
 - 3.7.6. El potencial
 - 3.7.7. Habilidades blandas como un iniciador clave de alto potencial
 - 3.7.8. Metodologías para la identificación del potencial: Evaluación de agilidad de aprendizaje
- 3.8. Lominger y factores de crecimiento
 - 3.9.1. El mapa del talento
 - 3.9.2. Matriz George Odiorne – 4 casillas
 - 3.9.3. Matriz de 9 casillas
 - 3.9.4. Acciones estratégicas para lograr resultados efectivos del talento
- 3.10. Estrategia de desarrollo y ROI del talento
 - 3.10.1. Modelo de aprendizaje 70 – 20 - 10 para habilidades blandas
 - 3.10.2. Rutas de carrera y sucesión
 - 3.10.3. ROI del talento

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

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



- 4.2. Análisis de los estados financieros I: el balance
 - 4.2.1. El activo. Los recursos a CP y LP
 - 4.2.2. El pasivo. Las obligaciones a CP y LP
 - 4.2.3. El patrimonio neto. Rentabilidad para los accionistas
- 4.3. Análisis de los estados financieros II: la cuenta de resultados
 - 4.3.1. La estructura de la cuenta de resultados. Ingresos, costes, gastos y resultado
 - 4.3.2. Principales ratios para analizar la cuenta de resultados
 - 4.3.3. Análisis de la rentabilidad
- 4.4. Gestión de tesorería. Cobros y pagos. Previsión del *cash - forecast*
 - 4.4.1. Cobros y pagos. Previsión del *cash - forecast*
 - 4.4.2. Impacto y gestión de los déficits/excedentes de tesorería. Medidas correctoras
 - 4.4.3. Análisis de los flujos de efectivo
 - 4.4.4. Gestión e impacto de la cartera de impagados
- 4.5. Fuentes de financiación a CP y LP
 - 4.5.1. Financiación a CP, instrumentos
 - 4.5.2. Financiación a LP, instrumentos
 - 4.5.3. Los tipos de interés y su estructura
- 4.6. Interacción entre la empresa y la banca
 - 4.6.1. El sistema financiero y el negocio bancario
 - 4.6.2. Productos bancarios para la empresa
 - 4.6.3. La Empresa analizada por la banca
- 4.7. Contabilidad analítica o de costes
 - 4.7.1. Clases de costes. Decisiones basadas en costes
 - 4.7.2. El *full costing*
 - 4.7.3. El *direct costing*
 - 4.7.4. Modelo de costes por centros y por actividades
- 4.8. Análisis y valoración de inversiones
 - 4.8.1. La empresa y las decisiones de inversión. Escenarios y situaciones
 - 4.8.2. Valoración de inversiones
 - 4.8.3. Valoración de empresas

- 4.9. Contabilidad de sociedades
 - 4.9.1. Ampliación y reducción de capital
 - 4.9.2. Disolución, liquidación y transformación de sociedades
 - 4.9.3. Combinación de sociedades: fusiones y adquisiciones
- 4.10. Finanzas del comercio exterior
 - 4.10.1. Los mercados exteriores: la decisión de exportar
 - 4.10.2. El mercado de divisas
 - 4.10.3. Medios de pago y cobro internacionales
 - 4.10.4. Transportes, incoterms y seguros

Módulo 5. Diseño y desarrollo del producto

- 5.1. QFD en diseño y desarrollo del producto (*Quality Function Deployment*)
 - 5.1.1. De la voz del cliente a los requerimientos técnicos
 - 5.1.2. La casa de la calidad/fases para su desarrollo
 - 5.1.3. Ventajas y limitaciones
- 5.2. *Design thinking* (pensamiento de diseño)
 - 5.2.1. Diseño, necesidad, tecnología y estrategia
 - 5.2.2. Etapas del proceso
 - 5.2.3. Técnicas y herramientas utilizadas
- 5.3. Ingeniería concurrente
 - 5.3.1. Fundamentos de la ingeniería concurrente
 - 5.3.2. Metodologías de la ingeniería concurrente
 - 5.3.3. Herramientas utilizadas
- 5.4. Programa. Planificación y definición
 - 5.4.1. Requerimientos. Gestión de la calidad
 - 5.4.2. Fases de desarrollo. Gestión del tiempo
 - 5.4.3. Materiales, factibilidad, procesos. Gestión del coste
 - 5.4.4. Equipo de proyecto. Gestión de los Recursos Humanos
 - 5.4.5. Información. Gestión de las comunicaciones
 - 5.4.6. Análisis de riesgos. Gestión del riesgo

- 5.5. Producto. Su diseño (CAD) y desarrollo
 - 5.5.1. Gestión de la información/PLM/ciclo de vida del producto
 - 5.5.2. Modos y efectos de fallo del producto
 - 5.5.3. Construcción CAD. Revisiones
 - 5.5.4. Planos de producto y fabricación
 - 5.5.5. Verificación diseño
- 5.6. Prototipos. Su desarrollo
 - 5.6.1. Prototipado rápido
 - 5.6.2. Plan de control
 - 5.6.3. Diseño de experimentos
 - 5.6.4. Análisis de los sistemas de medida

Módulo 6. Planificación y control de la producción

- 6.1. Fases de la planificación de la producción
 - 6.1.1. Planificación avanzada
 - 6.1.2. Previsión de ventas, métodos
 - 6.1.3. Definición del *takt - time*
 - 6.1.4. Plan de materiales – MRP – *stock* mínimo
 - 6.1.5. Plan de personal
 - 6.1.6. Necesidad de equipamiento
- 6.2. Plan de producción (PDP)
 - 6.2.1. Factores a tener en cuenta
 - 6.2.2. Planificación *push*
 - 6.2.3. Planificación *pull*
 - 6.2.4. Sistemas mixtos
- 6.3. Kanban
 - 6.3.1. Tipos de Kanban
 - 6.3.2. Usos del Kanban
 - 6.3.3. Planificación autónoma: 2 - bin Kanban
- 6.4. Control de la producción
 - 6.4.1. Desviaciones del PDP y reporte
 - 6.4.2. Seguimiento del rendimiento en producción: OEE
 - 6.4.3. Seguimiento de la capacidad total: TEEP

- 6.5. Organización de la producción
 - 6.5.1. Equipo de producción
 - 6.5.2. Ingeniería de procesos
 - 6.5.3. Mantenimiento
 - 6.5.4. Control de materiales
- 6.6. Mantenimiento productivo total (TPM)
 - 6.6.1. Mantenimiento correctivo
 - 6.6.2. Mantenimiento autónomo
 - 6.6.3. Mantenimiento preventivo
 - 6.6.4. Mantenimiento predictivo
 - 6.6.5. Indicadores de eficiencia del mantenimiento MTBF-MTTR
- 6.7. Distribución en planta
 - 6.7.1. Factores condicionantes
 - 6.7.2. Producción en línea
 - 6.7.3. Producción en células de trabajo
 - 6.7.4. Aplicaciones
 - 6.7.5. Metodología SLP
- 6.8. *Just – In - Time* (JIT)
 - 6.8.1. Descripción y orígenes del JIT
 - 6.8.2. Objetivos
 - 6.8.3. Aplicaciones del JIT. Secuenciación de producto
- 6.9. Teoría de las restricciones (TOC)
 - 6.9.1. Principios fundamentales
 - 6.9.2. Los 5 pasos de TOC y su aplicación
 - 6.9.3. Ventajas e inconvenientes
- 6.10. *Quick Response Manufacturing* (QRM)
 - 6.10.1. Descripción
 - 6.10.2. Puntos clave para la estructuración
 - 6.10.3. Implementación del QRM

Módulo 7. *Lean manufacturing*

- 7.1. El pensamiento *lean*
 - 7.1.1. Estructura del sistema *lean*
 - 7.1.2. Los principios del *lean*
 - 7.1.3. *Lean* frente a los procesos de manufactura tradicional
- 7.2. El despilfarro en la empresa
 - 7.2.1. Valor vs. despilfarro en entornos *lean*
 - 7.2.2. Tipos de desperdicio (MUDAS)
 - 7.2.3. El proceso de pensamiento MUDAS
- 7.3. Las 5S
 - 7.3.1. Los principios de las 5S y cómo pueden ayudarnos a mejorar la productividad
 - 7.3.2. Las 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke
 - 7.3.3. Implementación de las 5S en la empresa
- 7.4. Herramientas *lean* de diagnóstico. VSM. Mapas de flujo de valor
 - 7.4.1. Actividades que añaden valor (VA), actividades necesarias (NNVA) y actividades que no añaden valor (NVA)
 - 7.4.2. Las 7 herramientas del *Value Stream Mapping* (Mapa De Flujo De Valor)
 - 7.4.3. Mapeo de la actividad del proceso
 - 7.4.4. Mapeo de la respuesta de la *supply chain*
 - 7.4.5. El embudo de la variedad de producción
 - 7.4.6. Mapeo del filtro de la calidad
 - 7.4.7. Mapeo de la amplificación de la demanda
 - 7.4.8. Análisis de puntos de decisión
 - 7.4.9. Mapeo de la estructura física
- 7.5. Herramientas *lean* operativas
 - 7.5.1. SMED
 - 7.5.2. JIDOKA
 - 7.5.3. POKAYOKE
 - 7.5.4. Reducción de lotes
 - 7.5.5. POUS
- 7.6. Herramientas *lean* de seguimiento, planificación y control de la producción
 - 7.6.1. Gestión visual
 - 7.6.2. Estandarización
 - 7.6.3. Nivelación de la producción (Heijunka)
 - 7.6.4. Manufactura en células
- 7.7. El método Kaizen para la mejora continua
 - 7.7.1. Principios del Kaizen
 - 7.7.2. Metodologías Kaizen: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
 - 7.7.3. Herramientas de resolución de problemas. A3 report
 - 7.7.4. Principales obstáculos para la implementación del Kaizen
- 7.8. Hoja de ruta para la implantación *lean*
 - 7.8.1. Aspectos generales de la implantación
 - 7.8.2. Fases de la implantación
 - 7.8.3. Las tecnologías de la información en la implantación *lean*
 - 7.8.4. Factores de éxito en la aplicación *lean*
- 7.9. KPIs de medida de los resultados *lean*
 - 7.9.1. OEE- Eficiencia global de los equipos
 - 7.9.2. TEEP- rendimiento efectivo total de los equipos
 - 7.9.3. FTT- calidad a la primera
 - 7.9.4. DTD- tiempo de muelle a muelle
 - 7.9.5. OTD- entregas a tiempo
 - 7.9.6. BTS- fabricación según programa
 - 7.9.7. ITO- tasa de rotación de inventario
 - 7.9.8. RVA- Ratio valor añadido
 - 7.9.9. PPMs- partes por millón de defectos
 - 7.9.10. FR- tasa de cumplimiento de entregas
 - 7.9.11. IFA- índice de frecuencia de accidentes
- 7.10. La dimensión humana del *lean*. Sistemas de participación del personal
 - 7.10.1. El equipo en el proyecto *lean*. Aplicación del trabajo en equipo
 - 7.10.2. Polivalencia de los operarios
 - 7.10.3. Grupos de mejora
 - 7.10.4. Programas de sugerencias

Módulo 8. Gestión de la calidad

- 8.1. La calidad total
 - 8.1.1. La gestión de la calidad total
 - 8.1.2. Cliente externo y cliente interno
 - 8.1.3. Los costes de calidad
 - 8.1.4. La mejora continua y la filosofía de Deming
- 8.2. Sistema de gestión de la calidad ISO 9001:15
 - 8.2.1. Los 7 principios de la gestión de la calidad en ISO 9001:15
 - 8.2.2. El enfoque a procesos
 - 8.2.3. Requisitos norma ISO 9001:15
 - 8.2.4. Etapas y recomendaciones para su implantación
 - 8.2.5. Despliegue objetivos en un modelo tipo Hoshin-Kanri
 - 8.2.6. Auditoria de certificación
- 8.3. Sistemas integrados de gestión
 - 8.3.1. Sistema de gestión medioambiental: ISO 14000
 - 8.3.2. Sistema de gestión de riesgos laborales: ISO 45001
 - 8.3.3. La Integración de los sistemas de gestión
- 8.4. La excelencia en la gestión: modelo EFQM
 - 8.4.1. Principios y fundamentos del modelo EFQM
 - 8.4.2. Los nuevos criterios del modelo EFQM
 - 8.4.3. Herramienta de diagnóstico EFQM: matrices REDER
- 8.5. Herramientas de la calidad
 - 8.5.1. Las herramientas básicas
 - 8.5.2. SPC Control estadístico del proceso
 - 8.5.3. Plan de control y pautas de control para la gestión de la calidad
- 8.6. Herramientas avanzadas y herramientas de resolución de problemas
 - 8.6.1. AMFE 8.6.2. Informe 8D
 - 8.6.3. Los 5 por qué
 - 8.6.4. Los 5W + 2H
 - 8.6.5. *Benchmarking*

- 8.7. Metodología de mejora continua I: PDCA
 - 8.7.1. El ciclo PDCA y sus etapas
 - 8.7.2. Aplicación del ciclo PDCA al desarrollo del *lean manufacturing*
 - 8.7.3. Claves para el éxito de proyectos PDCA
- 8.8. Metodología de mejora continua II: six-sigma
 - 8.8.1. Descripción del six-sigma
 - 8.8.2. Principios del six-sigma
 - 8.8.3. Selección de proyectos six-sigma
 - 8.8.4. Etapas en un proyecto six-sigma. Metodología DMAIC
 - 8.8.5. Roles en el six-sigma
 - 8.8.6. Six-Sigma y *lean manufacturing*
- 8.9. Calidad proveedores. Auditorías. Ensayos y laboratorio
 - 8.9.1. Calidad de recepción. Calidad concertada
 - 8.9.2. Auditorías internas sistema de gestión
 - 8.9.3. Auditorías de producto y de proceso
 - 8.9.4. Fases para realizar auditorías
 - 8.9.5. Perfil del auditor
 - 8.9.6. Ensayos, laboratorio y metrología
- 8.10. Aspectos organizativos en la gestión de la calidad
 - 8.10.1. El papel de la dirección gestión de calidad
 - 8.10.2. Organización del área de calidad y la relación con otras áreas
 - 8.10.3. Los círculos de calidad

Módulo 9. La función logística, clave para competir

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

- 9.2. Estrategias de optimización en logística
 - 9.2.1. Estrategia del *cross - docking*
 - 9.2.2. Aplicación de la metodología agile a la gestión logística
 - 9.2.3. *Outsourcing* de procesos logísticos
 - 9.2.4. El *picking* o la preparación eficiente de pedidos
 - 9.3. *Lean logistics*
 - 9.3.1. *Lean logistics* en la gestión de la cadena de suministro
 - 9.3.2. Análisis de los desperdicios en la cadena logística
 - 9.3.3. Aplicación de un sistema lean en la gestión de la cadena de suministro
 - 9.4. La gestión de almacenes y su automatización
 - 9.4.1. La función de los almacenes
 - 9.4.2. La gestión de un almacén
 - 9.4.3. Gestión de stocks
 - 9.4.4. Tipología de almacenes
 - 9.4.5. Unidades de carga
 - 9.4.6. Organización de un almacén
 - 9.4.7. Elementos de almacenaje y manutención
 - 9.5. La gestión del aprovisionamiento
 - 9.5.1. El rol de la distribución como parte esencial de la logística. Logística interna vs. logística externa
 - 9.5.2. La relación tradicional con los proveedores
 - 9.5.3. El nuevo paradigma de la relación con los proveedores
 - 9.5.4. Cómo clasificar y seleccionar a nuestros proveedores
 - 9.5.5. Cómo desarrollar una gestión del aprovisionamiento eficaz
 - 9.6. Sistemas de información y control logístico
 - 9.6.1. Requisitos de un sistema de información y control logístico
 - 9.6.2.2 Tipos de sistemas de información y control logísticos
 - 9.6.3. Aplicaciones del big data en la gestión logística
 - 9.6.4. La importancia de los datos en la gestión logística
 - 9.6.5. El cuadro de mando integral aplicado a la logística. Principales indicadores de manejo y control
 - 9.7. La logística inversa
 - 9.7.1. Claves de la logística inversa
 - 9.7.2. Flujos de la logística inversa vs. Directa
 - 9.7.3. Operaciones enmarcadas dentro de la logística inversa
 - 9.7.4. Cómo implementar un canal de distribución inverso
 - 9.7.5. Alternativas finales para los productos en el canal inverso
 - 9.7.6. Costes de la logística inversa
 - 9.8. Nuevas estrategias logísticas
 - 9.8.1. Inteligencia artificial y robotización
 - 9.8.2. Logística verde y sostenibilidad
 - 9.8.3. Internet de las cosas aplicado a la logística
 - 9.8.4. El almacén digitalizado
 - 9.8.5. *e - Business* y los nuevos modelos de distribución
 - 9.8.6. La importancia de la logística de última milla
 - 9.9. *Benchmarking* de cadenas de distribución
 - 9.9.1. Puntos en común de las cadenas de valor exitosas
 - 9.9.2. Análisis de la cadena de valor del grupo Inditex
 - 9.9.3. Análisis de la cadena de valor de Amazon
 - 9.10. La logística de la pandemia
 - 9.10.1. Escenario general
 - 9.10.2. Puntos críticos de la cadena de suministro en un escenario de pandemia
 - 9.10.3. Implicaciones de los requisitos de la cadena de frío en el establecimiento de la cadena de suministro de la vacuna
 - 9.10.4. Tipos de cadenas de suministro para la distribución de las vacunas
- Módulo 10. Industria 4.0 e inteligencia de negocio. La empresa digitalizada**
- 10.1. Automatización y robótica Industrial
 - 10.1.1. Fases en la automatización de procesos
 - 10.1.2. *Hardware* Industrial para la automatización y robótica
 - 10.1.3. El ciclo de trabajo y su programación *software*
 - 10.2. Automatización de procesos: RPA
 - 10.2.1. Procesos administrativos automatizables
 - 10.2.2. Estructura del *software*
 - 10.2.3. Ejemplos de aplicación

- 10.3. Sistemas MES, SCADA, GMAO, SGA, MRPII
 - 10.3.1. Control de la producción con sistemas MES
 - 10.3.2. Ingeniería y mantenimiento: SCADA Y GMAO
 - 10.3.3. Aprovisionamiento y logística: SGA Y MPRII
- 10.4. *Software de business intelligence*
 - 10.4.1. Fundamentos del BI
 - 10.4.2. Estructura del *software*
 - 10.4.3. Posibilidades de su aplicación
 - 10.4.4. *Software* ERP
- 10.5. Descripción del ERP
 - 10.5.1. Alcance de su uso
 - 10.5.2. Principales ERP del mercado
- 10.6. IoT y *business intelligence*
 - 10.6.1. IoT: el mundo conectado
 - 10.6.2. Fuentes de datos
 - 10.6.3. Control total mediante IoT + BI
 - 10.6.4. *Blockchain*
- 10.7. Principales softwares BI del mercado
 - 10.7.1. PowerBI
 - 10.7.2. Qlik
 - 10.7.3. Tableau
- 10.8. Microsoft POWER BI
 - 10.8.1. Características
 - 10.8.2. Ejemplos de aplicación
 - 10.8.3. El futuro de PowerBI
- 10.9. Machine *learning*, inteligencia artificial, optimización y predicción en la empresa
 - 10.9.1. Machine *learning* e inteligencia artificial
 - 10.9.2. Optimización de procesos
 - 10.9.3. La importancia del *forecasting* basado en datos
- 10.10. Big data aplicado al entorno empresarial
 - 10.10.1. Aplicaciones en el entorno productivo
 - 10.10.2. Aplicaciones a nivel de dirección estratégica
 - 10.10.3. Aplicaciones en marketing y ventas

Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- 11.1. Globalización y gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y gobierno corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del gobierno corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El rol del consejo de administración en el marco del gobierno corporativo
- 11.2. *Cross cultural management*
 - 11.2.1. Concepto de *cross cultural management*
 - 11.2.2. Aportaciones al conocimiento de culturas nacionales
 - 11.2.3. Gestión de la diversidad
- 11.3. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 11.3.1. Concepto de desarrollo directivo
 - 11.3.2. Concepto de liderazgo
 - 11.3.3. Teorías del liderazgo
 - 11.3.4. Estilos de liderazgo
 - 11.3.5. La inteligencia en el liderazgo
 - 11.3.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 11.4. Ética empresarial
 - 11.4.1. Ética y moral
 - 11.4.2. Ética empresarial
 - 11.4.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.5. Sostenibilidad
 - 11.5.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Las empresas sostenibles
- 11.6. Responsabilidad social de la empresa
 - 11.6.1. Dimensión internacional de la responsabilidad social de las empresas
 - 11.6.2. Implementación de la responsabilidad social de la empresa
 - 11.6.3. Impacto y medición de la responsabilidad social de la empresa
- 11.7. Sistemas y herramientas de gestión responsable
 - 11.7.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.7.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.7.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.7.4. Herramientas y estándares de la RSC

- 11.8. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.8.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.8.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.8.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.9. Entorno legal y *corporate governance*
 - 11.9.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.9.2. Propiedad intelectual e Industrial
 - 11.9.3. 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. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.5.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.5.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.6. Gestión del cambio
 - 12.6.1. Gestión del cambio
 - 12.6.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.6.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

- 12.7. Comunicación directiva
 - 12.7.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.7.2. Departamentos de comunicación
 - 12.7.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.8. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.8.1. La productividad
 - 12.8.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección económico-financiera

- 13.1. Contabilidad directiva
 - 13.1.1. Conceptos básicos
 - 13.1.2. El activo de la empresa
 - 13.1.3. El pasivo de la empresa
 - 13.1.4. El patrimonio neto de la empresa
 - 13.1.5. La cuenta de resultados
- 13.2. Sistemas de información y *business intelligence*
 - 13.2.1. Fundamentos y clasificación
 - 13.2.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 13.2.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.3. Presupuesto y control de gestión
 - 13.3.1. El modelo presupuestario
 - 13.3.2. El presupuesto de capital
 - 13.3.3. El presupuesto de explotación
 - 13.3.5. El presupuesto de tesorería
 - 13.3.6. Seguimiento del presupuesto
- 13.4. Dirección financiera
 - 13.4.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.4.2. El departamento financiero
 - 13.4.3. Excedentes de tesorería
 - 13.4.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.4.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

- 13.5. Planificación financiera
 - 13.5.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.5.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.5.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.5.4. El cuadro *cash flow*
 - 13.5.5. El cuadro de circulante
- 13.6. Estrategia financiera corporativa
 - 13.6.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 13.6.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.7. Financiación estratégica
 - 13.7.1. La autofinanciación
 - 13.7.2. Ampliación de fondos propios
 - 13.7.3. Recursos híbridos
 - 13.7.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.8. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 13.8.1. 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 *e-commerce* frente al comercio tradicional
- 14.5. Marketing digital para reforzar la marca
 - 14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 14.5.2. *Branded content & storytelling*
- 14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 14.6.2. *Visitor relationship Management*
 - 14.6.3. Hipersegmentación
- 14.7. Gestión de campañas digitales
 - 14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
 - 14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
 - 14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 14.8. Estrategia de ventas
 - 14.8.1. Estrategia de ventas
 - 14.8.2. Métodos de ventas
- 14.9. Comunicación corporativa
 - 14.9.1. Concepto
 - 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 14.9.5. Elementos de la comunicación
 - 14.9.6. Problemas de la comunicación
 - 14.9.7. Escenarios de la comunicación

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

Módulo 15. *Management* directivo

- 15.1. General *management*
 - 15.1.1. Concepto de general *management*
 - 15.1.2. La acción del *manager* general
 - 15.1.3. El director general y sus funciones
 - 15.1.4. Transformación del trabajo de la dirección
- 15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 15.3. Dirección de operaciones
 - 15.3.1. Importancia de la dirección
 - 15.3.2. La cadena de valor
 - 15.3.3. Gestión de calidad
- 15.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 15.4.1. Comunicación interpersonal
 - 15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 15.4.3. Barreras en la comunicación
- 15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 15.5.1. La comunicación interpersonal
 - 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 15.5.3. La comunicación en la organización
 - 15.5.4. Herramientas en la organización
- 15.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 15.6.1. Crisis
 - 15.6.2. Fases de la crisis
 - 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

- 15.7. Preparación de un plan de crisis
 - 15.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 15.7.2. Planificación
 - 15.7.3. Adecuación del personal
- 15.8. Inteligencia emocional
 - 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.9. *Branding* personal
 - 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 15.9.2. Leyes del *branding* personal
 - 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 15.10. Liderazgo y gestión de equipos
 - 15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 15.10.2. Capacidades y desafíos del líder
 - 15.10.3. Gestión de procesos de cambio
 - 15.10.4. Gestión de equipos multiculturales



Serás capaz de implementar metodologías de mejora continua como Lean para optimizar los procesos industriales, reducir costos y aumentar la calidad"

04 Objetivos docentes

Este programa ha sido diseñado para proporcionar a los profesionales las herramientas necesarias para optimizar procesos productivos, mejorar la toma de decisiones estratégicas y liderar la transformación digital en la Industria. En este sentido, los egresados desarrollarán competencias avanzadas para gestionar eficazmente la cadena de suministro, implementar metodologías de mejora continua e integrar tecnologías emergentes en los procesos industriales. Asimismo, estarán altamente preparados para liderar equipos multidisciplinarios, siempre alineando las operaciones con los objetivos estratégicos y las demandas del mercado global.



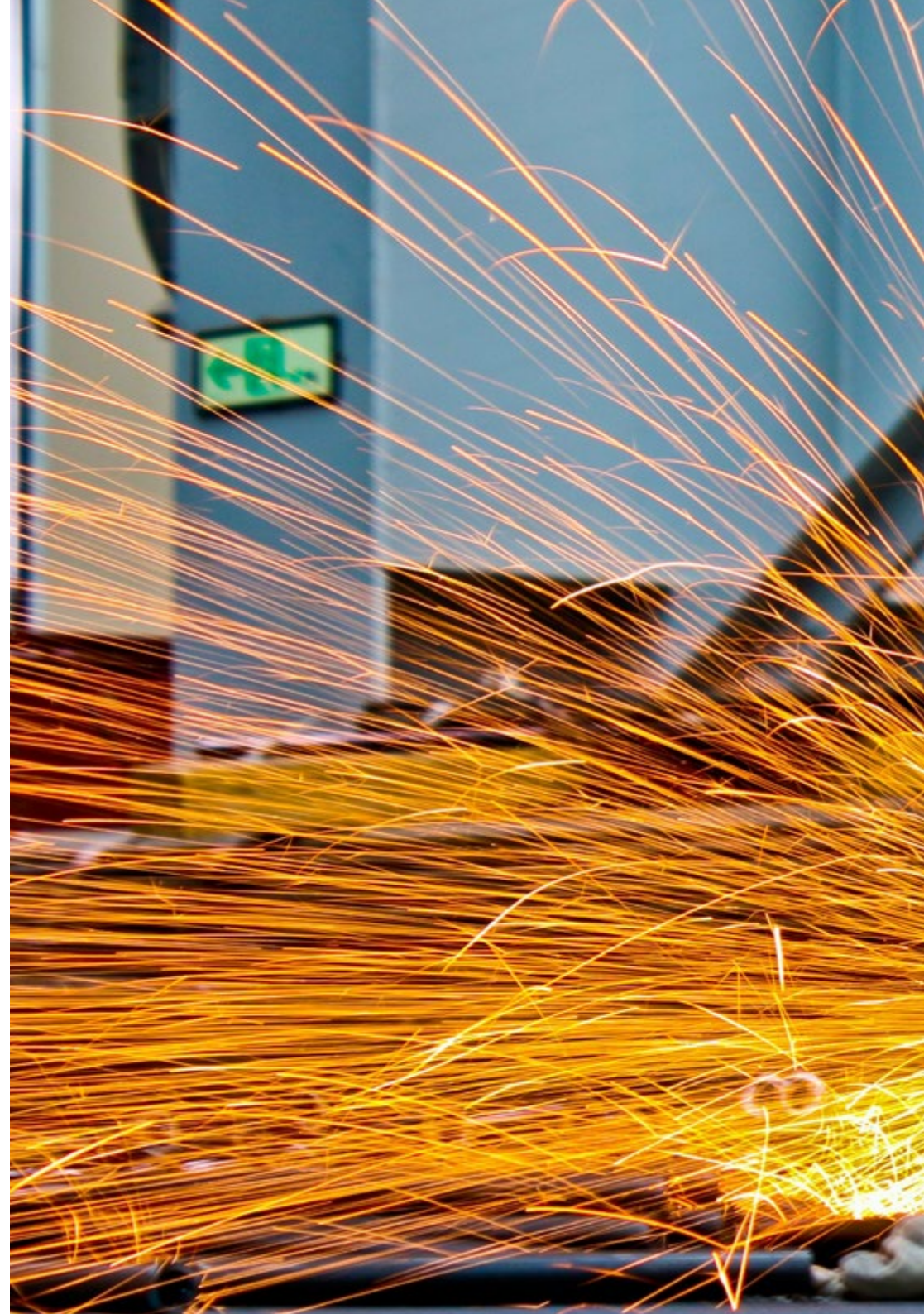
“

*Impulsarás la toma de decisiones
basadas en análisis de datos
mediante el uso tecnologías
emergentes, orientadas a la
transformación digital Industrial”*



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar competencias estratégicas para la gestión integral de empresas industriales en entornos competitivos y globalizados
- ♦ Capacitar en la aplicación de metodologías modernas para la optimización de procesos productivos y la cadena de suministro
- ♦ Promover el liderazgo y la gestión eficiente de equipos multidisciplinarios dentro del sector Industrial
- ♦ Impulsar la implementación de sistemas de mejora continua y gestión de la calidad para aumentar la competitividad.
- ♦ Fomentar el uso de tecnologías digitales orientadas a la Industria 4.0 y la transformación digital
- ♦ Manejar herramientas avanzadas para la planificación, ejecución y control financiero en contextos industriales
- ♦ Obtener habilidades para gestionar proyectos industriales con criterios de sostenibilidad y responsabilidad social





Objetivos específicos

Módulo 1. Claves estratégicas para mejorar la competitividad

- ♦ Analizar los diversos factores clave que influyen en la competitividad Industrial
- ♦ Diseñar estrategias innovadoras para mejorar la posición competitiva de la empresa
- ♦ Evaluar diferentes escenarios de mercado, así como técnicas sofisticadas de adaptación estratégica

Módulo 2. Gestión de proyectos

- ♦ Dominar herramientas modernas para la planificación y control de proyectos industriales
- ♦ Identificar y mitigar riesgos durante el ciclo de vida del proyecto
- ♦ Gestionar recursos y tiempos de forma óptima para la ejecución eficiente de iniciativas

Módulo 3. Liderazgo y gestión de personas

- ♦ Desarrollar habilidades avanzadas para liderar equipos multidisciplinarios
- ♦ Fomentar la motivación y el compromiso del personal en entornos industriales.
- ♦ Gestionar conflictos de forma pacífica y diseñar estrategias para mejorar la comunicación interna

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

- ♦ Ser capaz de interpretar estados financieros y analizar indicadores clave
- ♦ Implementar estrategias vanguardistas para la optimización del capital y costos

Módulo 5. Diseño y desarrollo del producto

- ♦ Gestionar el proceso de diseño con criterios de innovación y calidad
- ♦ utilizar técnicas para el desarrollo eficiente y sostenible de productos industriales

Módulo 6. Planificación y control de la producción

- ♦ Elaborar planes de producción que optimicen recursos y tiempos
- ♦ Controlar indicadores clave para asegurar el cumplimiento de objetivos productivos
- ♦ Implementar sistemas de programación y seguimiento avanzados

Módulo 7. *Lean manufacturing*

- ♦ Dominar principios y metodologías lean para eliminar desperdicios
- ♦ Mejorar la eficiencia operativa a través de la mejora continua
- ♦ Diseñar sistemas de producción flexibles y ajustados a la demanda de los consumidores

Módulo 8. Gestión de la calidad

- ♦ Implantar sistemas de gestión de calidad basados en normas internacionales
- ♦ Analizar procesos para identificar diversas oportunidades de mejora

Módulo 9. La función logística, clave para competir

- ♦ Gestionar la cadena de suministro para mejorar la eficiencia logística
- ♦ Optimizar el almacenamiento, transporte y distribución
- ♦ Aplicar tecnologías emergentes para la gestión logística inteligente

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

- ♦ Aplicar herramientas de análisis de datos para optimizar la toma de decisiones informadas
- ♦ Desarrollar estrategias para liderar la transformación digital Industrial





Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- ♦ Integrar prácticas sostenibles y socialmente responsables en la gestión Industrial
- ♦ Gestionar la reputación corporativa en el entorno Industrial, fomentando un clima de máximo rendimiento y motivación

Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Diseñar políticas efectivas para la captación y retención del talento
- ♦ Implementar planes de desarrollo profesional y desarrollo continuo
- ♦ Evaluar el desempeño y fomentar una óptima cultura organizacional

Módulo 13. Dirección económico-financiera

- ♦ Formular presupuestos y controlar gastos en la empresa Industrial
- ♦ Optimizar la estructura financiera para maximizar resultados

Módulo 14. Dirección comercial y marketing estratégico

- ♦ Desarrollar estrategias comerciales alineadas con objetivos industriales
- ♦ Analizar mercados y comportamiento del consumidor industrial
- ♦ Implementar acciones de marketing para posicionar productos y servicios en el mercado

Módulo 15. Management directivo

- ♦ Fortalecer las habilidades directivas para la toma de decisiones estratégicas
- ♦ Gestionar el proceso de cambio y la innovación en la organización

05

Salidas profesionales

Este completísimo programa universitario es una oportunidad única para aquellos profesionales que buscan especializarse en la optimización de procesos, la digitalización industrial y la gestión estratégica. En este sentido, los alumnos dominarán el uso de herramientas avanzadas en lean manufacturing, planificación de producción y gestión de calidad. Gracias a esto, los egresados podrán ampliar sus oportunidades laborales de manera significativa en una variedad de sectores clave.



“

Liderarás proyectos de Transformación Digital y optimización operativa en entornos industriales altamente competitivos”

Perfil del egresado

El egresado de este programa será un profesional altamente capacitado para gestionar la cadena de suministro, implementar estrategias de producción eficiente y liderar equipos en entornos industriales. Asimismo, contará con habilidades para la toma de decisiones basada en datos, la dirección de proyectos de mejora continua y la aplicación de normativas de calidad como ISO 9001 e ISO 14000. Además, será capaz de integrar tecnologías avanzadas de business intelligence y herramientas de automatización para optimizar los procesos productivos.

Gestionarás el proceso de diseño Industrial a partir de criterios de innovación y máxima calidad.

- ♦ **Optimización de Procesos Productivos:** Dominio de metodologías como lean manufacturing, six sigma y kaizen para incrementar la eficiencia en la producción
- ♦ **Gestión Estratégica de la Cadena de Suministro:** Aptitud para la implementación de estrategias logísticas que faciliten la reducción de costos y optimización del flujo de materiales
- ♦ **Transformación Digital en la Industria:** Aplicación de herramientas digitales modernas como business intelligence, automatización y análisis de datos para optimizar la toma de decisiones estratégicas
- ♦ **Liderazgo y Gestión del Talento:** Habilidad para la dirección de equipos en entornos industriales, fomentando la innovación y la mejora continua



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

- 1. Administrador de Producción:** Responsable de coordinar recursos humanos y materiales para asegurar el cumplimiento eficiente de los planes de producción o mantenimiento.
- 2. Técnico en Gestión Industrial:** Encargado de optimizar procesos productivos, garantizando la correcta implementación de estándares operativos y de seguridad en planta.
- 3. Consultor en Mejora de Procesos Industriales:** Enfocado en diagnosticar y proponer soluciones para la optimización de la cadena productiva, implementando metodologías avanzadas como lean.
- 4. Asesor en Estrategias Industriales:** Profesional dedicado a apoyar la toma de decisiones estratégicas mediante el análisis de mercado, evaluación de riesgos y desarrollo de planes de acción en la Industria.

“ Gestionarás los procesos de cambio dentro de la industria, garantizando que las transformaciones se lleven a cabo de manera efectiva”



06

Licencias de software incluidas

TECH es referencia en el mundo universitario por combinar la última tecnología con las metodologías docentes para potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para ello, ha establecido una red de alianzas que le permite tener acceso a las herramientas de software más avanzadas del mundo profesional.



“

Al matricularte recibirás, de forma completamente gratuita, las credenciales de uso académico de las siguientes aplicaciones de software profesional”

TECH ha establecido una red de alianzas profesionales en la que se encuentran los principales proveedores de software aplicado a las diferentes áreas profesionales. Estas alianzas permiten a TECH tener acceso al uso de centenares de aplicaciones informáticas y licencias de software para acercarlas a sus estudiantes.

Las licencias de software para uso académico permitirán a los estudiantes utilizar las aplicaciones informáticas más avanzadas en su área profesional, de modo que podrán conocerlas y aprender su dominio sin tener que incurrir en costes. TECH se hará cargo del procedimiento de contratación para que los alumnos puedan utilizarlas de modo ilimitado durante el tiempo que estén estudiando el programa de MBA en Industrial Management, y además lo podrán hacer de forma completamente gratuita.

TECH te dará acceso gratuito al uso de las siguientes aplicaciones de software:

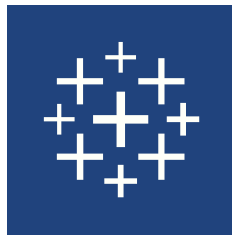


Tableau Desktop

Durante este programa universitario, los egresados tienen acceso a **Tableau Desktop**, una herramienta de visualización de datos interactiva ampliamente utilizada en entornos profesionales. Esta solución se ofrece sin coste adicional y permite representar información compleja mediante gráficos dinámicos, claros y funcionales.

Tableau Prep Builder

Tableau Prep Builder es una herramienta diseñada para simplificar la preparación de datos en entornos empresariales y académicos. Durante este programa universitario, los alumnos tendrán **acceso gratuito** a su versión completa, lo que permite explorar y transformar datos sin necesidad de programación **ni costes adicionales**.

Esta licencia ofrece una experiencia visual e interactiva que agiliza la limpieza, combinación y organización de grandes volúmenes de datos. Su entorno basado en flujos facilita la comprensión del proceso, mientras que su integración con Tableau Desktop permite una transición fluida hacia la creación de dashboards y visualizaciones avanzadas.



Google Career Launchpad

Google Career Launchpad es una solución para desarrollar habilidades digitales en tecnología y análisis de datos. Con un valor estimado de **5.000 dólares**, se incluye de forma **gratuita** en el programa universitario de TECH, brindando acceso a laboratorios interactivos y certificaciones reconocidas en el sector.

Esta plataforma combina capacitación técnica con casos prácticos, usando tecnologías como BigQuery y Google AI. Ofrece entornos simulados para experimentar con datos reales, junto a una red de expertos para orientación personalizada.

Factory Design Utilities

Factory Design Utilities, una herramienta profesional valorada en **3.300 dólares**, ofrece una oportunidad única a los inscritos en el programa universitario de TECH. Esta solución de Autodesk permite optimizar la planificación, diseño y validación de instalaciones industriales, integrándose con AutoCAD e Inventor. Durante el programa, los inscritos acceden a esta herramienta sin coste adicional.

Esta plataforma permite simular, visualizar y perfeccionar el diseño de fábricas y plantas industriales antes de su construcción o modificación. Los inscritos pueden explorar todas sus funcionalidades de forma gratuita, adquiriendo experiencia práctica y aplicada en proyectos reales.

07

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

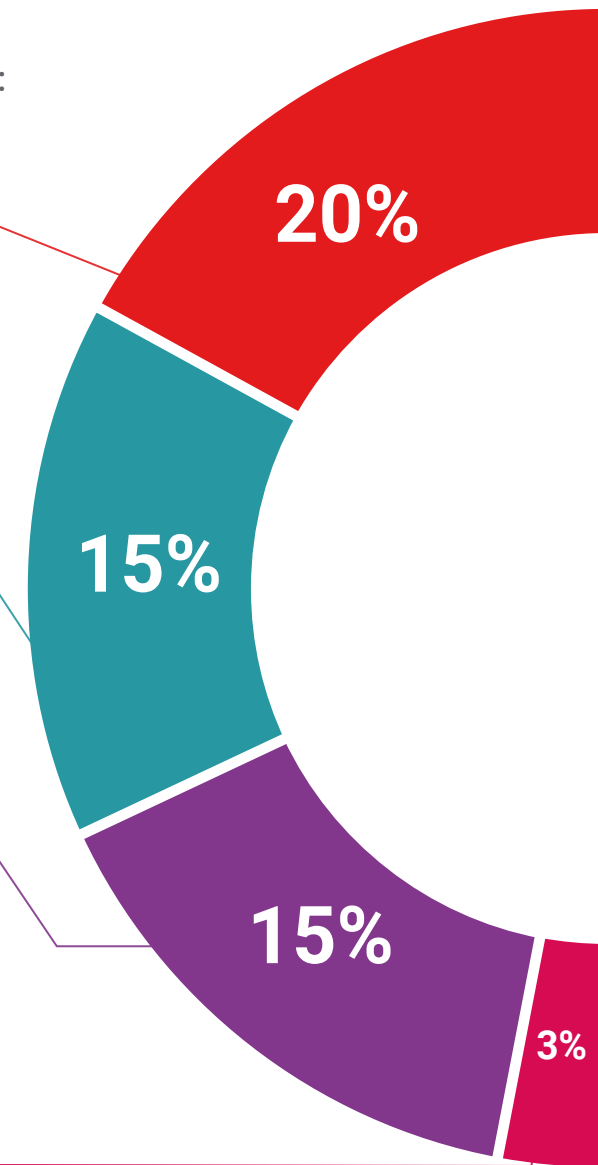
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

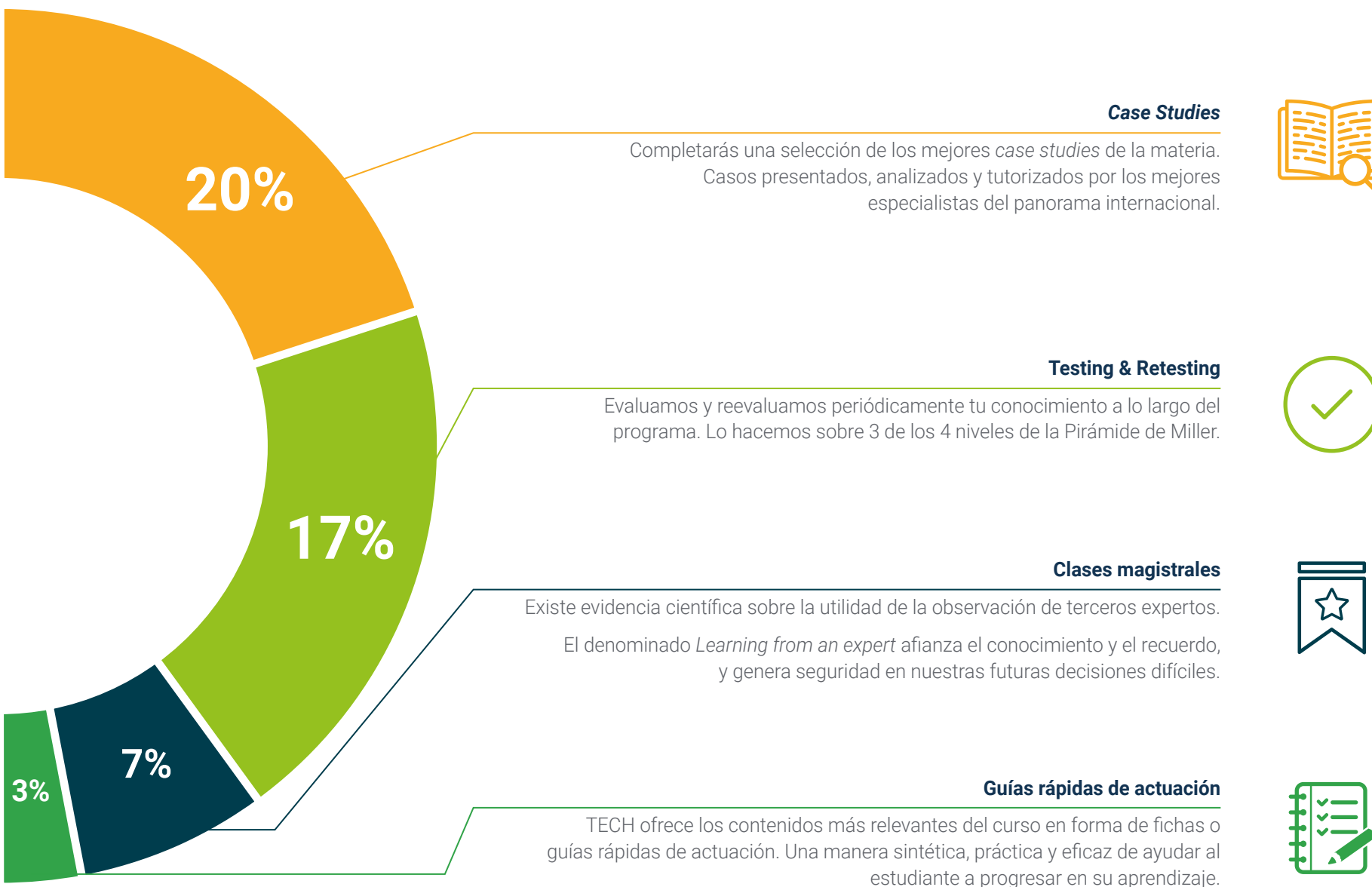
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





08

Cuadro docente

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



“

Estarás asesorado en todo momento por el equipo docente, integrado por expertos de renombre en Industrial Management”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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 Luminare 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. Asensi, Francisco Andrés

- ♦ Coordinador Producción y Logística en IDAI NATURE
- ♦ Coach en Coaching Estratégico
- ♦ Responsable organización para Talleres Lemar
- ♦ Organización y Gestión de empresas para Lab Radio SA
- ♦ Doctor Ingeniero Industrial en Organización de Empresas por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Ingeniero Superior Industrial en Organización Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia

Profesores

Dña. Mollá Latorre, Korinna

- ♦ Responsable de Proyectos Internacionales en AITEX
- ♦ Directora de Operaciones y Logística para Colortex, SA
- ♦ Técnica de proyectos para el Instituto Tecnológico del Juguete
- ♦ Ingeniera Industrial, Especializada en Organización Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia
- ♦ Miembro de la Sociedad Estadounidense para la Producción y el Control de Inventario en Gestión Integral de los Recursos

D. Ibáñez Capella, Juan

- ♦ Director de Proyectos en Centro Tecnológicos ITENE
- ♦ Líder de Proyectos en Consultoría IDOM
- ♦ Responsable de Instalaciones y Proyectos en Power Electronics
- ♦ Responsable de Instalaciones en Empresa Ferrovial
- ♦ Técnico de Proyectos en Proyectos de Alta y Baja Tensión, Solar PV Fotovoltaica
- ♦ Consultor para obras en la Planta de Acero Galvanizado SOLMED de Sagunto, la Estación del AVE de Zaragoza, entre otras

D. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- ♦ Especialista Técnico e Ingeniero Líder en SRG Global
- ♦ Ingeniero Desarrollador de Productos en SRG Global
- ♦ Ingeniero de Hardware en DAO Logic
- ♦ Licenciado en Ingeniería Industrial y Mecánica por la Universidad Politécnica de Valencia

D. Giner Sanchis, David

- ♦ Gestor de Portafolios y Programas en la PMO de MAPFRE
- ♦ Planificador y Técnico Gestor de Materiales en IDOM Consulting
- ♦ Máster en la Dirección y Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica de Valencia
- ♦ Máster Oficial *Project Management* por la Universidad Europea de Valencia y los hitos clave

Dña. Aleixandre Andreu, María José

- ♦ Directora de Banca Comercial de Caja del Mediterráneo y de Banco Sabadell
- ♦ Diplomada en Ciencias Empresariales por la UV
- ♦ Técnica y habilidades para formadores. Por la Universidad Autónoma de Barcelona
- ♦ Curso de Directores de oficina. Impartido por Fundesem
- ♦ Certificación EFA de la EPFA
- ♦ Certificación LCCI por la Universidad Carlos III
- ♦ II Curso Directores de Oficina, formación interna. Caja de Ahorros del Mediterráneo, formación práctica y teórica

D. Rodríguez, Teobaldo

- ♦ Ingeniero mecánico
- ♦ Especialización en Gestión de Proyectos por la Universidad Berkeley, California
- ♦ Máster en Implementación de tecnologías para la industria 4.0 por la Universidad Politécnica de Valencia
- ♦ Certificación PMP y CAPM por el Project Management Institute (PMI)
- ♦ Certificado como Black Belt y Green Belt
- ♦ Tres premios por excelencia operacional por dos empresas de clase mundial
- ♦ Es miembro de: Asociación PMI

D. Lucero Palau, Tomás

- ♦ Director de Fábrica Zanotti Smart Solutions
- ♦ Director de Proyectos en ADUM Consulting
- ♦ Director de Operaciones en Istobal SA
- ♦ Director de Producción en SRG Global
- ♦ Máster en Administración de Negocios por ESTEMA Escuela de Negocios
- ♦ Ingeniero Superior Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia

D. Del Olmo Cárcer, Daniel

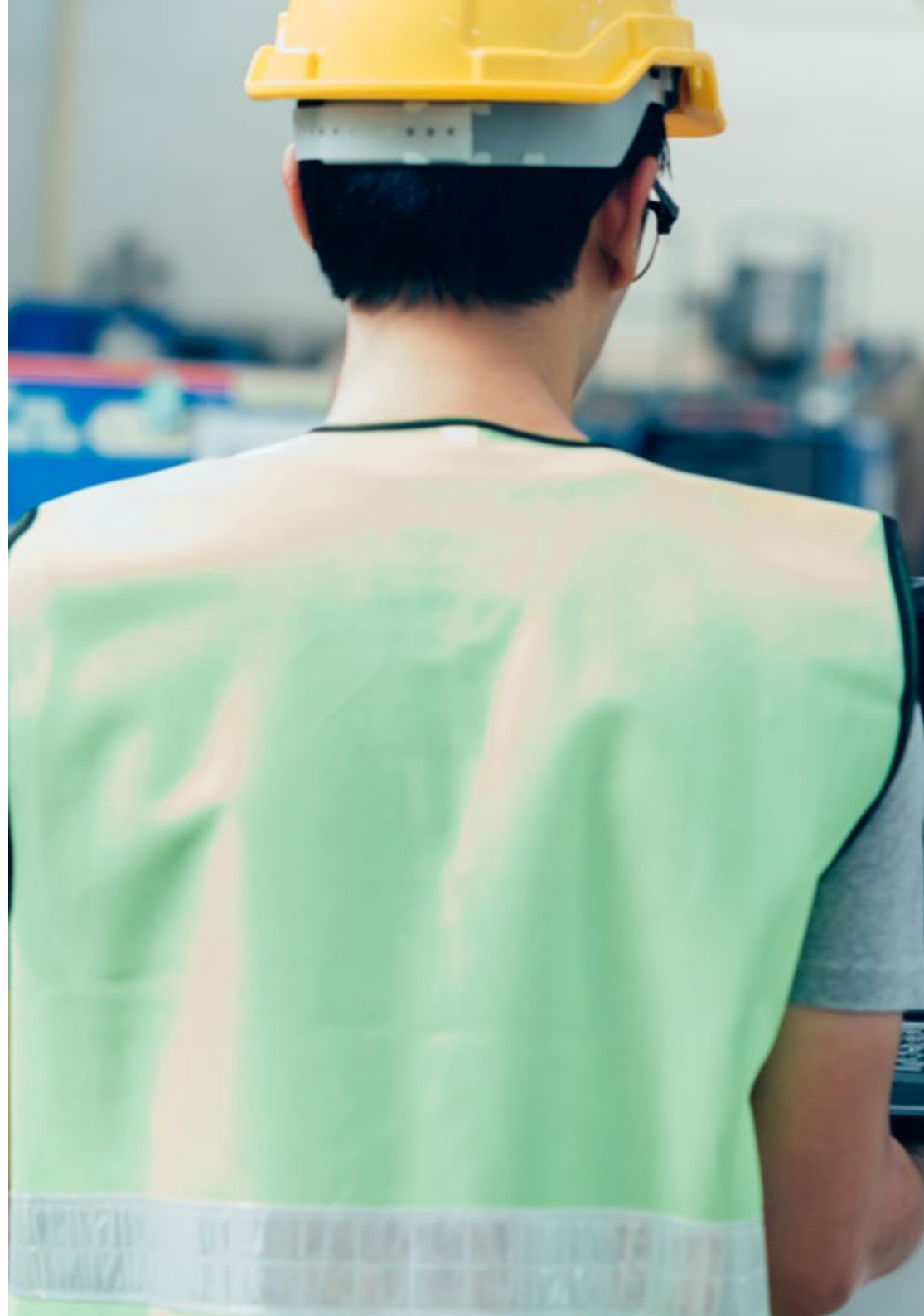
- ♦ Jefe Tecnológico en Enira Engineering S.L.
- ♦ Responsable de Ingeniería de planta en NHK-SOGEFI
- ♦ Responsable de Desarrollo Técnico y Mantenimiento en Sealed Air Corporation
- ♦ Responsable de Ingeniería de Planta en SRG Global
- ♦ Responsable en Toyota Production System
- ♦ Ingeniero de Procesos en Zodiac Aerospace
- ♦ Ingeniero de proyectos en Serfruit S.A. y Greefa
- ♦ Máster MBA de Operaciones en la Universidad Europea de Valencia

D. Morado Vázquez, Eduardo

- ♦ Líder del Área Industrial en Suavizantes y Plastificantes Bituminosos
- ♦ Responsable de Aseguramiento de Calidad en Ford Motor Company
- ♦ Máster en Prevención de Riesgos Laborales por la Universidad de Alcalá de Henares
- ♦ Máster en Administración de Negocios por ESTEMA

D. Navarro Jarque, Francisco

- ♦ Responsable del Departamento de Personal en ISTOBAL SA
- ♦ Máster en Gestión de Recursos Humanos por la Universidad Ramón Llull
- ♦ Licenciado en Psicología por la Universidad Autónoma de Barcelona





“

*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para impulsar
tu desarrollo profesional”*

09

Titulación

Este programa MBA en Industrial Management 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 Industrial Management** 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 **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.

Aval/Membresía

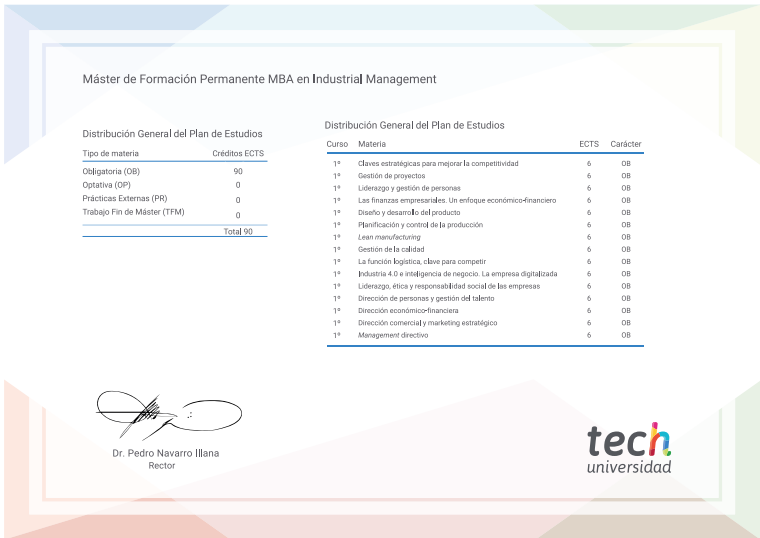


Título: **Máster de Formación Permanente MBA en Industrial Management**

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 Industrial Management

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

Máster de Formación Permanente

MBA en Industrial Management

Aval/Membresía



tech
universidad