Máster de Formación Permanente

MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)

TECH es miembro de:

tech universidad

Máster de Formación Permanente

MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)

- Modalidad: **online**
- Duración: **7 meses**
- Titulación: **TECH Universidad**
- Acreditación: **90 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-it-cto-chief-technical-officer**

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. 24

05 Salidas profesionales — pág. 28

06 Metodología de estudio — pág. 32

07 Cuadro docente — pág. 42

08 Titulación — pág. 60

01

Presentación del programa

En el mundo empresarial actual, la transformación digital es clave para la competitividad y el crecimiento sostenible. Las empresas dependen cada vez más de la innovación tecnológica para optimizar procesos, mejorar la seguridad de la información y gestionar eficientemente sus infraestructuras IT. En este contexto, el *Chief Technical Officer* juega un papel fundamental en la dirección estratégica de la tecnología. Ante esto, TECH lanza un programa universitario focalizado en este campo que permitirá a los alumnos desarrollar habilidades en liderazgo tecnológico, ciberseguridad, *big data* y gestión de proyectos IT. Todo mediante un cómodo formato totalmente online.

Gracias a este MBA 100% online, dominarás las herramientas más sofisticadas para liderar la Transformación Digital en cualquier empresa"

La tecnología es un pilar fundamental en la competitividad y crecimiento de las empresas, ya que de ella dependen múltiples procesos estratégicos, operativos y de gestión. En un entorno donde la digitalización avanza aceleradamente, los líderes IT deben contar con las habilidades necesarias para dirigir infraestructuras tecnológicas complejas, garantizar la seguridad de los datos y optimizar los procesos mediante la automatización y la inteligencia artificial.

El rol del *Chief Technical Officer* ha cobrado especial relevancia en este escenario, ya que debe liderar la transformación digital en las organizaciones, asegurando la alineación de la tecnología con los objetivos de negocio. Además, la creciente adopción de tecnologías emergentes como el *Big Data*, la ciberseguridad y la computación en la nube ha generado nuevas demandas para los profesionales IT, quienes deben estar preparados para asumir desafíos estratégicos y operativos.Ante esta realidad, los profesionales del sector tecnológico están llamados a evolucionar y ampliar sus competencias para fortalecer su perfil y acceder a mejores oportunidades laborales.

En respuesta a estas necesidades, surge el MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) de TECH, un programa integral diseñado para formar líderes tecnológicos capaces de impulsar la innovación en sus empresas. Este programa combina estrategias avanzadas de gestión IT con herramientas prácticas para la dirección de equipos, la optimización de infraestructuras digitales y la toma de decisiones basada en datos.

El plan de estudios combina fundamentos en gestión y dirección IT con módulos especializados en gestión de talento, estrategia IT, ciberseguridad, innovación tecnológica, *Business Intelligence* y transformación digital, formando líderes capaces de dirigir proyectos tecnológicos de alto impacto. Gracias a su metodología 100% online, los contenidos están disponibles 24/7, accesibles desde cualquier dispositivo y descargables para estudio offline. Además, el método *Relearning* optimiza la retención del conocimiento, asegurando una formación práctica y aplicada a entornos empresariales.

Adicionalmente, un prestigioso Director Invitado Internacional ofrecerá 10 disruptivas *Masterclasses*.

Este **MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en IT (CTO, Chief Technical Officer)
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)
- 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

"Un reputado Director Invitado Internacional impartirá 10 exclusivas Masterclasses sobre las últimas tendencias en Dirección de IT"

Diseñarás estrategias digitales que mejoren la eficiencia operativa, la experiencia del cliente y la competitividad en el mercado"

Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.

Aprenderás mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de IT (CTO, Chief Technical Officer), 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.

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».

El mejor claustro docente top internacional

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

La mayor universidad digital del mundo

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

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.

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.

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 2023

NBA
Universidad online oficial de la NBA

4.9/5
★★★★★
★ global score

99%
Garantía de máxima empleabilidad

Google Partner Premier

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

La universidad mejor valorada por sus alumnos

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

03

Plan de estudios

Los materiales didácticos que conforman este programa MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) han sido elaborados por un equipo de expertos en tecnología y gestión empresarial. Gracias a esto, el plan de estudios profundiza en las estrategias clave para la dirección de equipos IT, la transformación digital y la optimización de infraestructuras tecnológicas, permitiendo a los egresados liderar con éxito el desarrollo e implementación de soluciones innovadoras en sus organizaciones.

Gestionarás proyectos complejos y tomarás decisiones informadas bajo presión, basándote en el análisis de datos"

Módulo 1. Gestión del talento y habilidades directivas

1.1. Desarrollo competencial directivo
- 1.1.1. El liderazgo
- 1.1.2. Inteligencia emocional
- 1.1.3. Organización: áreas, procesos y proyectos

1.2. Gestionando el talento como ventaja competitiva
- 1.2.1. Claves para la gestión positiva
- 1.2.2. Mapa de talento en la organización
- 1.2.3. Coste y valor añadido

1.3. Gestión de equipos
- 1.3.1. Desarrollo de equipos de alto desempeño
- 1.3.2. Los roles de las personas en los grupos
- 1.3.3. Factores personales y motivación para el trabajo exitoso
- 1.3.4. Integrar un equipo de alto desempeño

1.4. Sistemas y cambios organizativos
- 1.4.1. El proceso de transformación
- 1.4.2. Anticipación y acción
- 1.4.3. El aprendizaje organizativo
- 1.4.4. Resistencia al cambio

1.5. Dirección y motivación
- 1.5.1. La naturaleza de la motivación
- 1.5.2. Teoría de las expectativas
- 1.5.3. Teorías de las necesidades
- 1.5.4. Motivación y compensación económica

1.6. Innovación en gestión del talento y las personas
- 1.6.1. Modelos de gestión del talento estratégico
- 1.6.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 1.6.3. Fidelización y retención
- 1.6.4. Proactividad e innovación

Módulo 2. Dirección tecnológica

2.1. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
- 2.1.1. Evolución del modelo de IT
- 2.1.2. Organización y Departamento IT
- 2.1.3. Tecnologías de la información y entorno económico

2.2. Posicionamiento IT de la empresa
- 2.2.1. Percepción del valor añadido al negocio
- 2.2.2. Nivel de madurez de la estrategia
- 2.2.3. Gobierno IT y gobierno corporativo

2.3. Desarrollo de capacidades directivas
- 2.3.1. Función Directiva y roles directivos
- 2.3.2. El rol del CIO en la empresa
- 2.3.3. Visión y Misión del director de IT
- 2.3.4. El e-liderazgo, y la gestión holística de la innovación

2.4. Capacidades relacionales y políticas
- 2.4.1. Comités de dirección
- 2.4.2. Influencia
- 2.4.3. *Stakeholders*
- 2.4.4. Gestión de conflictos

2.5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
- 2.5.1. Creación de valor para clientes y accionistas
- 2.5.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
- 2.5.3. Estrategia corporativa vs estrategia tecnológica y digital

2.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
- 2.6.1. *Business Intelligence*
- 2.6.2. *Data Warehouse*
- 2.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral

Módulo 3. Planificación estratégica y gestión de proyectos IT

3.1. Proceso de planificación estratégica
- 3.1.1. Fases del plan
- 3.1.2. Visión conceptual
- 3.1.3. Organización del trabajo

3.2. Comprensión de la estrategia de negocio
- 3.2.1. Necesidades de información
- 3.2.2. Mapa de procesos
- 3.2.3. Aspiraciones o prioridades de negocio

3.3. Análisis de los SI/TI actuales
- 3.3.1. Análisis del nivel de recursos y gasto/ inversión
- 3.3.2. Análisis de la calidad percibida
- 3.3.3. Análisis de aplicaciones e infraestructuras
- 3.3.4. Análisis del entorno y los competidores

3.4. Formulación de la estrategia
- 3.4.1. Aspiraciones y directrices estratégicas del plan
- 3.4.2. El modelo de SI/TI objetivo
- 3.4.3. Iniciativas estratégicas
- 3.4.4. Implicaciones del plan

3.5. Plan de implantación
- 3.5.1. Enfoque de implantación
- 3.5.2. Plan de proyectos

3.6. Proyectos de sistemas de información
- 3.6.1. Planificación de proyectos informáticos
- 3.6.2. Seguimiento y cierre de un proyecto
- 3.6.3. Estrategias de gestión de proyectos

3.7. Gestión de los recursos tecnológicos
- 3.7.1. Oferta Tecnológica
- 3.7.2. Gestión de tiempo y costes
- 3.7.3. Gestión ágil de proyectos y productividad

3.8. *Lean* IT
- 3.8.1. *Lean* IT and Lean *Thinking*
- 3.8.2. Principios básicos de *Lean Management*
- 3.8.3. Grupos de mejora y resolución de problemas
- 3.8.4. Formas de gestión de mantenimiento y de calidad

Módulo 4. Gestión de la innovación

4.1. Pensamiento creativo: innovación
- 4.1.1. La innovación en la empresa tecnológica
- 4.1.2. Técnicas de fomento de la creatividad
- 4.1.3. Proceso de concepción de ideas innovadoras

4.2. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos
- 4.2.1. Estrategias de innovación
- 4.2.2. Innovación abierta
- 4.2.3. Organización y cultura innovadoras
- 4.2.4. Equipos multifuncionales

4.3. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos
- 4.3.1. Diseño de nuevos productos
- 4.3.2. *Lean Design*
- 4.3.3. Industrialización de nuevos productos
- 4.3.4. Fabricación y montaje

4.4. Sistemas de gestión de la I+D+i
- 4.4.1. Requisitos de un sistema de gestión de la I+D+i
- 4.4.2. Línea de acción, actividad, proceso y procedimiento
- 4.4.3. Marco recomendado para la gestión de la I+D+i

4.5. Auditoría y certificación de la I+D+i
- 4.5.1. Principios básicos de las auditorías de I+D+i
- 4.5.2. Fases de una auditoria de I+D+i
- 4.5.3. Certificaciones en el ámbito de la I+D+i
- 4.5.4. Certificación de sistemas de gestión de la I+D+i

4.6. Herramientas para la gestión de la I+D+i
- 4.6.1. Diagrama causa-efecto para I+D+i
- 4.6.2. Selección ponderada para I+D+i
- 4.6.3. Diagrama de Pareto para I+D+i
- 4.6.4. Matriz de prioridades para I+D+i

4.7. Benchmarking aplicado a I+D+i
- 4.7.1. Tipos de benchmarking
- 4.7.2. El proceso de benchmarking en I+D+i
- 4.7.3. Metodología del proceso de Benchmarking aplicado a la I+D+i
- 4.7.4. Ventajas del Benchmarking

4.8. Reingeniería para la innovación radical de los procedimientos de negocio de la empresa
- 4.8.1. Orígenes y evolución de la reingeniería de procesos
- 4.8.2. Objetivos de la reingeniería
- 4.8.3. Enfoque correcto de la reingeniería

4.9. Dirección y *management* de proyectos de I+D+I
- 4.9.1. Elementos que componen un proyecto de I+D+i
- 4.9.2. Etapas más significativas de un proyecto de I+D+i
- 4.9.3. Procesos para la gestión de proyectos de I+D+i

4.10. Gestión de la calidad en proyectos de I+D+I
- 4.10.1. El sistema de gestión de la calidad en proyectos de I+D+i
- 4.10.2. Planes de calidad en los proyectos de I+D+i
- 4.10.3. Contenido de un plan de calidad de proyectos de I+D+i

Módulo 5. Sistemas de seguridad de la información

5.1. Introducción a la seguridad de la información
- 5.1.1. Tipos de ataques a un sistema informático
- 5.1.2. Medidas para garantizar la seguridad del sistema informático
- 5.1.3. Plan de riesgos, plan de seguridad y plan de contingencia

5.2. La seguridad en redes informáticas
- 5.2.1. Amenazas en la red
- 5.2.2. Virus informáticos
- 5.2.3. Ingeniería social
- 5.2.4. Hackers

5.3. Hacking ético
- 5.3.1. Consideraciones legales
- 5.3.2. Búsqueda de vulnerabilidades
- 5.3.3. Herramientas útiles

5.4. Diseño y gestión de redes seguras y gestión de riesgos
- 5.4.1. Sistemas operativos para servidores
- 5.4.2. Configuración de la red
- 5.4.3. Gobernanza TI, gestión del riesgo y cumplimiento normativo

5.5. Implantación de un SGSI según las normas iso 27000
- 5.5.1. Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información y beneficios
- 5.5.2. Estándares de gestión de la de la seguridad de la información
- 5.5.3. Etapas de implantación de un SGSI

5.6. La propiedad industrial e intelectual en el ámbito tecnológico
- 5.6.1. Propiedad industrial
- 5.6.2. Marcas y nombres de dominio
- 5.6.3. Propiedad intelectual

5.7. La contratación y el sector TIC
- 5.7.1. Gestión de las contrataciones y aspectos legales
- 5.7.2. Principales figuras contractuales relacionadas con el sector IT

5.8. Protección de datos, privacidad e intimidad
- 5.8.1. El régimen de protección de datos en España
- 5.8.2. Las relaciones laborales, la privacidad y el derecho a la intimidad
- 5.8.3. Principales derechos fundamentales relacionados con el entorno IT

Módulo 6. Nuevas tendencias digitales

6.1. Internet de las cosas
- 6.1.1. Visiones y retos
- 6.1.2. Tecnologías clave
- 6.1.3. Proyectos pioneros

6.2. Gamificación
- 6.2.1. Técnicas de gamificación empresarial
- 6.2.2. *Gamification design framework*
- 6.2.3. Mecanismos de funcionamiento y motivación
- 6.2.4. Beneficios y retorno de la inversión

6.3. *Big data*
- 6.3.1. Aplicación sectorial
- 6.3.2. Modelos de negocio
- 6.3.3. Nuevas profesiones

6.4. Inteligencia artificial
- 6.4.1. Aspectos metodológicos en Inteligencia Artificial
- 6.4.2. Búsqueda Heurística
- 6.4.3. Métodos de Inferencia en Reglas
- 6.4.4. Redes semánticas

6.5. Robótica
- 6.5.1. Morfología del robot
- 6.5.2. Herramientas matemáticas para la localización espacial
- 6.5.3. Control cinemático
- 6.5.4. Criterios de implantación de un robot industrial

6.6. Modelado y simulación
- 6.6.1. Modelado mediante DEVS
- 6.6.2. Modelado de las entradas aleatorias
- 6.6.3. Generación de las entradas aleatorias
- 6.6.4. Diseño de experimentos y optimización

6.7. Implantación de la criptografía en proyectos tecnológicos
- 6.7.1. Firma electrónica
- 6.7.2. Certificado digital
- 6.7.3. Encriptación de datos
- 6.7.4. Aplicaciones prácticas de la criptografía

6.8. Otras tendencias
- 6.8.1. Impresoras 3D
- 6.8.2. Drones
- 6.8.3. Visión artificial
- 6.8.4. Realidad aumentada

Módulo 7. Estrategia de negocio digital

7.1. Estrategia digital
- 7.1.1. Modelos de negocio basados en internet
- 7.1.2. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
- 7.1.3. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
- 7.1.4. Estrategia e internet

7.2. Estrategia de abastecimiento
- 7.2.1. Herramientas para desarrollar la estrategia de *sourcing*
- 7.2.2. *Cloud Computing*
- 7.2.3. IT *sourcing management*

7.3. Gobernanza de las Tecnologías de Información
- 7.3.1. Análisis de tendencias actuales y *best practices* en la función de TI
- 7.3.2. Retos y decisiones clave en la gestión
- 7.3.3. Procedimientos de gestión, requisitos, estrategias y modelos de outsourcing

7.4. Negocios en Redes Sociales
- 7.4.1. Visión estratégica de la Web 2.0. y sus retos
- 7.4.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC
- 7.4.3. Como rentabilizar la Web 2.0. y las redes sociales
- 7.4.4. Movilidad y el negocio digital

7.5. Administración de proceso de negocio
- 7.5.1. La gestión de la empresa por procesos
- 7.5.2. Reingeniería de procesos
- 7.5.3. Los sistemas de información de las empresas

7.6. Sistemas de empresa basados en la colaboración en internet
- 7.6.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM
- 7.6.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
- 7.6.3. Sistemas de comercio electrónico

7.7. Sistemas para la gestión del conocimiento y la colaboración en la empresa
- 7.7.1. La gestión de contenidos
- 7.7.2. Trabajo colaborativo y portales de empleados
- 7.7.3. Políticas y procesos de gestión del conocimiento

7.8. Organización efectiva de la unidad de sistemas
- 7.8.1. *IT Governance*
- 7.8.2. Riesgos de implementación
- 7.8.3. Riesgos de explotación

7.9. Internalización B2B
- 7.9.1. Herramientas para identificación y contacto
- 7.9.2. Estrategias digitales de internacionalización B2B
- 7.9.3. *Brand Management* para mercados B2B

7.10. Internalización B2C
- 7.10.1. Herramientas para *BenchMarking* Internacional
- 7.10.2. Estrategias digitales de internacionalización B2C
- 7.10.3. Monitorización B2C

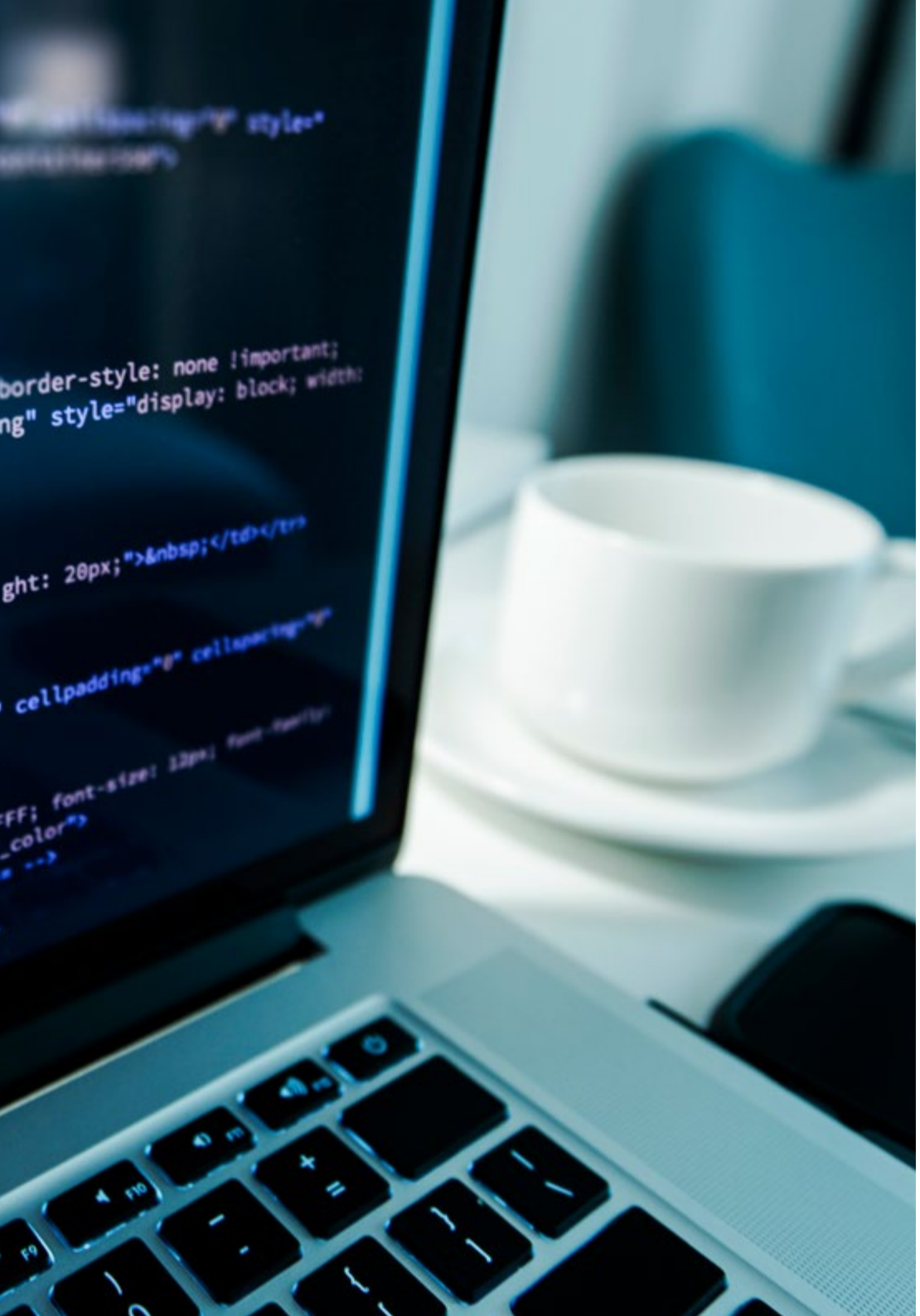
7.11. Logística internacional
- 7.11.1. Modos de logística internacional
- 7.11.2. Logística con *marketplaces*
- 7.11.3. Logística *Dropshipping*

Módulo 8. *Social Media* y *Community Management*

8.1. Web 2.0. o web social
- 8.1.1. La organización en la era de la conversación
- 8.1.2. La web 2.0. son las personas
- 8.1.3. Nuevos entornos, nuevos contenidos

8.2. Comunicación y reputación digital
- 8.2.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online
- 8.2.2. Informe de reputación online
- 8.2.3. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
- 8.2.4. Branding y networking 2.0.

8.3. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging
- 8.3.1. Facebook
- 8.3.2. LinkedIn
- 8.3.3. Twitter



8.4. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
- 8.4.1. YouTube
- 8.4.2. Instagram
- 8.4.3. Flickr
- 8.4.4. Vimeo
- 8.4.5. Pinterest

8.5. Blogging corporativo
- 8.5.1. Cómo crear un blog
- 8.5.2. Cómo crear un plan de contenidos para tu blog
- 8.5.3. Estrategia de curación de contenidos

8.6. Estrategias en social media
- 8.6.1. El plan de comunicación corporativa 2.0.
- 8.6.2. Las relaciones públicas corporativas y el social media
- 8.6.3. Análisis y evaluación de resultados

8.7. *Community management*
- 8.7.1. Funciones, tareas y responsabilidades del *Community manager*
- 8.7.2. Social Media Manager
- 8.7.3. Social Media Strategist

8.8. Social media plan
- 8.8.1. Diseño de un plan de social media
- 8.8.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
- 8.8.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis

Módulo 9. *Data Science and Big Data*

9.1. *Data science and Big data*
- 9.1.1. Impacto de *Big Data* y *Data Science* en la estrategia de negocio
- 9.1.2. Introducción a Command Line
- 9.1.3. Problemas y soluciones de *Data Science*

9.2. Lenguajes para data hacking
- 9.2.1. Bases de Datos SQL
- 9.2.2. Introducción a Python
- 9.2.3. Programación en R

9.3. Estadística
- 9.3.1. Introducción a la estadística
- 9.3.2. Regresión lineal y logística
- 9.3.3. PCA y *clustering*

9.4. *Machine learning*
- 9.4.1. Selección de modelos y regularización
- 9.4.2. Árboles y bosques aleatorios
- 9.4.3. Procesamiento del lenguaje natural

9.5. Big Data
- 9.5.1. Hadoop
- 9.5.2. Spark
- 9.5.3. Sistemas de recomendación y filtrado colaborativo

9.6. Casos de éxito en *data science*
- 9.6.1. Segmentación de clientes mediante el modelo RFM
- 9.6.2. Aplicación de diseño de Experimentos
- 9.6.3. *Supply Chain Value: Forecasting*
- 9.6.4. *Business Intelligence*

9.7. Arquitecturas híbridas en *Big data*
- 9.7.1. Arquitectura Lambda
- 9.7.2. Arquitectura Kappa
- 9.7.3. Apache Flink e implementaciones prácticas
- 9.7.4. Amazon Web Services

9.8. *Big data* en la nube
- 9.8.1. AWS: Kinesis
- 9.8.2. AWS: DynamosDB
- 9.8.3. Google Cloud Computing
- 9.8.4. Google BigQuery

Módulo 10. Diseño web, usabilidad y experiencia de usuario

10.1. Diseño UX
- 10.1.1. Arquitectura de información
- 10.1.2. SEO y Analítica para UX
- 10.1.3. *Landing pages*

10.2. Términos técnicos del diseño UX
- 10.2.1. Wireframe y componentes
- 10.2.2. Patrón de interacción y flujo de navegación
- 10.2.3. Perfil de usuario
- 10.2.4. Proceso y embudo de proceso

10.3. Investigación
- 10.3.1. Investigación en proyectos de diseño de interfaz
- 10.3.2. Enfoque cualitativo y cuantitativo
- 10.3.3. Comunicar los resultados de la investigación

10.4. Digital *design*
- 10.4.1. Prototipo digital
- 10.4.2. Axure y Responsive
- 10.4.3. Diseño de interacción y diseño visual

10.5. *User experience*
- 10.5.1. Metodología de diseño centrado en el usuario
- 10.5.2. Técnicas de investigación de usuario
- 10.5.3. Implicar al cliente en el proceso
- 10.5.4. *Shopping experience management*

10.6. Diseñando la estrategia de experiencia de usuario
- 10.6.1. Árboles de contenido
- 10.6.2. Wireframes de alta fidelidad
- 10.6.3. Mapas de componentes
- 10.6.4. Guías de usabilidad

10.7. Evaluación de la usabilidad
- 10.7.1. Técnicas de evaluación de la usabilidad
- 10.7.2. Visualización de datos
- 10.7.3. Presentación de datos

10.8. *Customer value & Customer experience management*
- 10.8.1. Uso de narrativas y *storytelling*
- 10.8.2. El comarketing como estrategia
- 10.8.3. Gestión del Content Marketing
- 10.8.4. El retorno de la inversión de la gestión de las experiencias del cliente

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. Ética empresarial
- 11.3.1. Ética y Moral
- 11.3.2. Ética Empresarial
- 11.3.3. Liderazgo y ética en las empresas

11.4. Sostenibilidad
- 11.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 11.4.2. Agenda 2030
- 11.4.3. Las empresas sostenibles

11.5. Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.5.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 11.5.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.5.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

11.6. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
- 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 11.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC

11.7. Multinacionales y derechos humanos
- 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

11.8. Entorno legal y *Corporate Governance*
- 11.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
- 11.8.3. 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. Desarrollo de equipos de alto desempeño
- 12.4.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 12.4.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

12.5. Negociación y gestión de conflictos
- 12.5.1. Negociación
- 12.5.2. Gestión de Conflictos
- 12.5.3. Gestión de Crisis

12.6. Comunicación directiva
- 12.6.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 12.6.2. Departamentos de Comunicación
- 12.6.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

12.7. Productividad, atracción, retención y activación del talento
- 12.7.1. La productividad
- 12.7.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 15. *Management* Directivo

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

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

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

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

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

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

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

15.8. *Branding* Personal
- 15.8.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 15.8.2. Leyes del *branding* personal
- 15.8.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

04

Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH está diseñado para proporcionar a los profesionales del sector tecnológico las herramientas necesarias para liderar la dirección estratégica de IT en entornos empresariales. Abarca desde la gestión avanzada de infraestructuras digitales hasta la optimización de procesos mediante inteligencia artificial y Big Data, capacitando a los egresados para tomar decisiones clave en la transformación digital de las organizaciones.

Liderarás proyectos de Transformación Digital y Dirección IT en empresas de alto impacto"

Objetivos generales

- Desarrollar habilidades de liderazgo tecnológico para dirigir equipos IT, gestionar proyectos estratégicos y alinear la tecnología con los objetivos empresariales
- Optimizar la gestión de infraestructuras IT mediante el uso de metodologías ágiles, ciberseguridad, computación en la nube y transformación digital
- Potenciar la toma de decisiones basada en datos a través de Business Intelligence, Big Data y estrategias de innovación tecnológica aplicadas al entorno empresarial
- Impulsar la transformación digital en las organizaciones, implementando soluciones tecnológicas avanzadas que mejoren la eficiencia y competitividad del negocio

Diseñarás sitios web fáciles de usar, centrados en la experiencia de los usuarios y la interacción"

Objetivos específicos

Módulo 1. Gestión del talento y habilidades directivas

- Capacitar en el diseño e implementación de estrategias para atraer, desarrollar y retener talento clave dentro de la organización
- Gestionar el capital humano de manera eficiente para mejorar la productividad y alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa

Módulo 2. Dirección tecnológica

- Analizar la relación que existe entre la tecnología y la estrategia empresarial
- Desarrollar competencias para liderar equipos multidisciplinarios y gestionar proyectos tecnológicos en diferentes áreas de la organización

Módulo 3. Planificación estratégica y gestión de proyectos IT

- Capacitar en la gestión de proyectos tecnológicos mediante el uso de metodologías como Scrum, Agile y Waterfall
- Proveer herramientas para evaluar y gestionar el riesgo y la viabilidad de proyectos tecnológicos dentro de la empresa

Módulo 4. Gestión de la innovación

- Crear entornos que promuevan la creatividad, la investigación y el desarrollo continuo de nuevas ideas
- Liderar el proceso de innovación desde la ideación hasta la implementación, y gestionar el cambio organizacional asociado

Módulo 5. Sistemas de seguridad de la información

- Brindar conocimientos sobre las amenazas a la seguridad de la información y las estrategias para prevenir y mitigar riesgos
- Implementar políticas y procedimientos para garantizar la seguridad y privacidad de los datos dentro de la organización

Módulo 6. Nuevas tendencias digitales

- Comprender las nuevas tendencias tecnológicas que están revolucionando el mercado
- Capacitar para integrar las tendencias digitales en la planificación estratégica de la organización

Módulo 7. Estrategia de negocio digital

- Profundizar en creación de estrategias comerciales y de marketing digital que mejoren la competitividad y rentabilidad
- Evaluar el rendimiento de las estrategias digitales a través de métricas clave y análisis de dato

Módulo 8. *Social Media y Community Management*

- Ahondar en la creación de planes de marketing digital centrados en las redes sociales para incrementar la visibilidad y *engagement* de la marca
- Ser capaz de evaluar el rendimiento de las campañas en redes sociales, utilizando herramientas de análisis y métricas

Módulo 9. *Data Science and Big Data*

- Abordar los fundamentos de Big Data, desde la recolección de datos hasta su procesamiento y análisis
- Integrar proyectos de ciencia de datos que ayuden a la empresa a mejorar su eficiencia y competitividad

Módulo 10. Diseño web, usabilidad y experiencia de usuario

- Capacitar en el diseño de sitios web fáciles de usar, centrados en la experiencia del usuario y la interacción
- Mejorar la navegación y accesibilidad de los sitios web, garantizando una experiencia de usuario fluida

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

- Diseñar e implementar políticas de Responsabilidad Social Corporativa que beneficien tanto a la empresa como a la sociedad
- Desarrollar estrategias de liderazgo que incluyan la gestión de cambios organizacionales de manera responsable y ética

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- Ser capaz de diseñar y aplicar políticas eficaces para atraer y retener a los mejores profesionales
- Brindar herramientas para crear programas de formación y crecimiento profesional que potencien las habilidades y capacidades del personal

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- Capacitar en la toma de decisiones financieras que maximicen la rentabilidad y el valor de la empresa a largo plazo
- Identificar, analizar y mitigar los riesgos financieros que puedan afectar a la estabilidad económica de la organización

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- Analizar cómo fidelizar a los clientes y mejorar la satisfacción, utilizando técnicas de marketing digital y relaciones comerciales
- Realizar estudios de mercado y aplicar los resultados en las decisiones comerciales y de marketing

Módulo 15. Management Directivo

- Proveer herramientas y técnicas para la toma de decisiones complejas en situaciones de incertidumbre y crisis
- Liderar y gestionar el cambio a nivel estratégico, asegurando la adaptación de la organización al entorno dinámico

05

Salidas profesionales

Este programa de TECH es una oportunidad excepcional para los profesionales del ámbito tecnológico que desean actualizar sus conocimientos y dominar herramientas clave en la gestión y dirección de IT. A través de estrategias de vanguardia, los egresados de esta titulación ampliarán sus oportunidades laborales, adquiriendo las habilidades necesarias para liderar equipos tecnológicos, optimizar infraestructuras digitales y diseñar estrategias de innovación en el entorno empresarial.

Aplicarás estrategias avanzadas en gestión tecnológica y dirección IT, convirtiéndote en un líder clave en la Transformación Digital de las empresas"

Perfil del egresado

El egresado de este MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) será un profesional altamente capacitado para liderar la transformación digital en organizaciones de cualquier sector. Tendrá habilidades estratégicas y técnicas para gestionar infraestructuras tecnológicas, diseñar planes de innovación y dirigir equipos IT en entornos altamente competitivos. Además, contará con una visión global del negocio digital, facilitando la toma de decisiones basada en datos, la optimización de procesos tecnológicos y la gestión eficiente del talento en IT.

Serás capaz de liderar procesos de cambio a nivel estratégico, asegurando la adaptación de la organización al entorno dinámico.

- **Dirección estratégica IT:** Capacidad para alinear la tecnología con los objetivos empresariales, gestionando recursos y estableciendo estrategias digitales eficientes
- **Gestión de equipos tecnológicos:** Habilidad para liderar equipos de alto rendimiento en entornos IT, optimizando la productividad y fomentando la innovación
- **Ciberseguridad y protección de datos:** Dominio de normativas y mejores prácticas en seguridad digital, garantizando la integridad de la información en las organizaciones
- **Transformación digital y automatización:** Conocimiento de herramientas y metodologías para implementar soluciones innovadoras basadas en inteligencia artificial y *machine learning*

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

1. ***Chief Technical Officer*:** Responsable de la dirección estratégica de IT en empresas, supervisando proyectos de innovación y transformación digital
2. **Director de Transformación Digital:** Encargado de implementar estrategias de digitalización y automatización en organizaciones de diversos sectores
3. **Líder en Ciberseguridad:** Responsable de diseñar políticas de seguridad digital y protección de datos en entornos empresariales
4. **Gerente de Infraestructura IT:** Especialista en la gestión de sistemas tecnológicos, arquitecturas en la nube y optimización de redes corporativas
5. **Consultor en Estrategia Tecnológica:** Profesional que asesora a empresas en la adopción de nuevas tecnologías para mejorar su competitividad
6. **Director de Innovación y Tecnología:** Responsable de impulsar proyectos tecnológicos innovadores y fomentar la cultura digital dentro de la empresa
7. **Gerente de *Data Science y Big Data*:** Experto en análisis de datos y Business Intelligence para mejorar la toma de decisiones estratégicas
8. **Project Manager IT:** Líder en la planificación y ejecución de proyectos tecnológicos bajo metodologías ágiles
9. **Arquitecto de Soluciones Tecnológicas:** Diseñador de infraestructuras digitales para la optimización de procesos empresariales
10. **Emprendedor en Tecnología:** Fundador de *startups* tecnológicas con enfoque en innovación digital y desarrollo de productos IT

06

Metodología de estudio

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

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

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

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

Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

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

Case studies o Método del caso

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

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

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

Método *Relearning*

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

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

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

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

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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

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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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

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

Material de estudio

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

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

Prácticas de habilidades y competencias

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

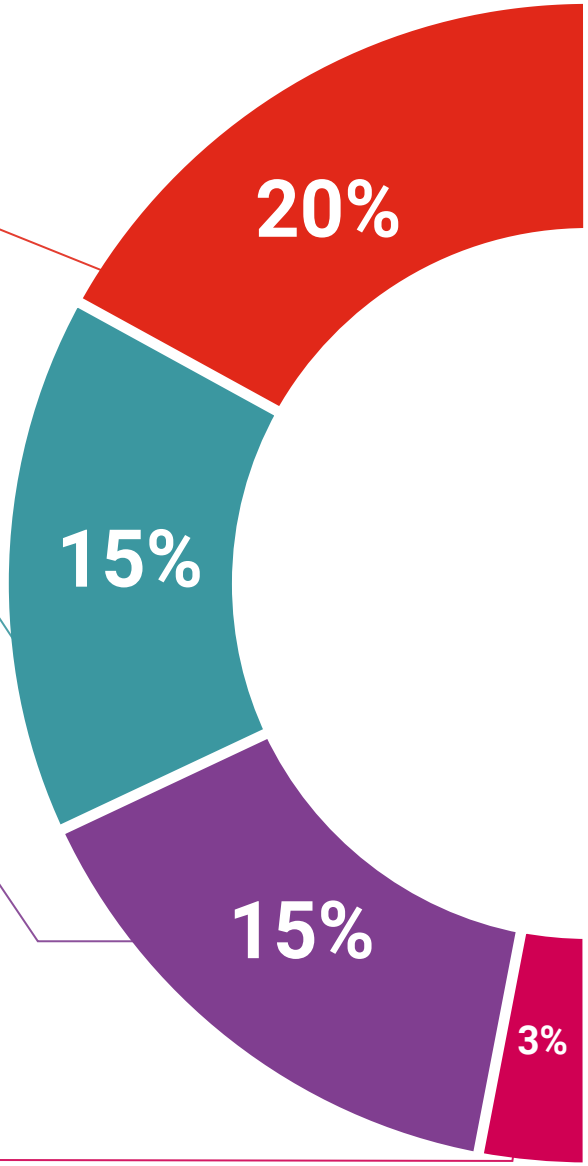
Resúmenes interactivos

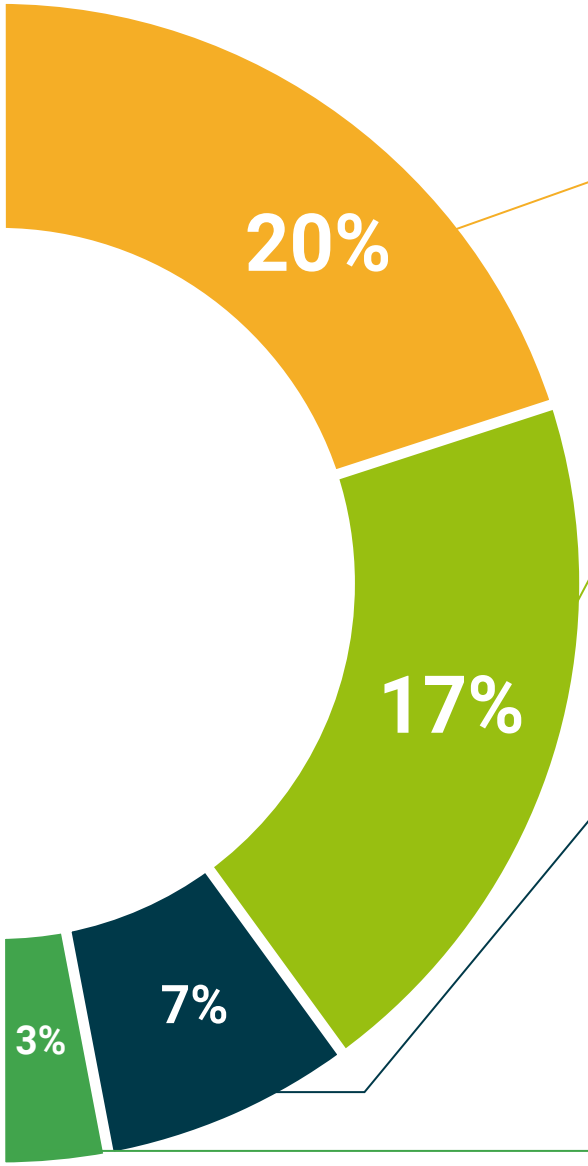
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Lecturas complementarias

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





Case Studies

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

Testing & Retesting

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

Clases magistrales

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

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

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

07

Cuadro docente

Los docentes de este programa combinan una sólida trayectoria académica con amplia experiencia en dirección tecnológica, liderando proyectos en ciberseguridad, inteligencia artificial, gestión IT y transformación digital en empresas de alto nivel. Su conocimiento práctico permite a los alumnos profundizar en gestión del talento, planificación estratégica, *Business Intelligence* y estrategia digital, asegurando un aprendizaje alineado con las demandas del mercado. Además, han participado en investigaciones y desarrollos innovadores en el sector, ofreciendo un enfoque actualizado y aplicado. Su orientación facilita la adquisición de habilidades clave para liderar proyectos tecnológicos y optimizar la toma de decisiones en entornos empresariales.

Contarás con un cuadro docente de amplio prestigio y trayectoria profesional, que domina todas las estrategias clave en la gestión tecnológica y dirección de IT"

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

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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

Dña. Dove, Jennifer

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arman, Romi

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arens, Manuel

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

D. La Sala, Andrea

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Gram, Mick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Stevenson, Scott

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

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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

Dña. Thole-Muir, Wendy

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

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

08

Titulación

Este programa en MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster de Formación Permanente expedido por TECH Universidad.

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

Este programa te permitirá obtener el título de **MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)** emitido por TECH Universidad.

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

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

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

TECH es miembro de la **Business Graduates Association (BGA)**, la organización internacional que aglutina a las principales escuelas de negocios de todo el mundo y es garantía de calidad de los mejores programas de formación para directivos. Las escuelas miembros de BGA están unidas por su dedicación a las prácticas de gestión responsables, el aprendizaje permanente y la entrega de un impacto positivo para las partes interesadas de la escuela de negocios. Pertenecer a BGA es sinónimo de calidad académica.

TECH es miembro de:

BUSINESS GRADUATES ASSOCIATION
MEMBER

Título: **Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)**

Modalidad: **online**

Duración: **7 meses**

Acreditación: **90 ECTS**

tech universidad

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

Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)

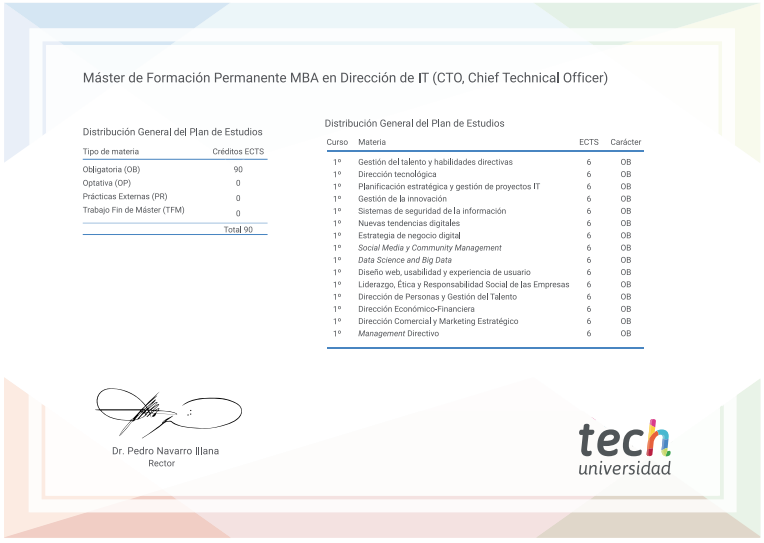
Se trata de un título propio de 2.250 horas de duración equivalente a 90 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una universidad Oficial Española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, del 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 181, de 27 de julio de 2024 (pág. 96.369) e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.

En San Cristóbal de la Laguna, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR235 techtitute.com/titulos



Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)

Distribución General del Plan de Estudios

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

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Gestión del talento y habilidades directivas	6	OB
1º	Dirección tecnológica	6	OB
1º	Planificación estratégica y gestión de proyectos IT	6	OB
1º	Gestión de la innovación	6	OB
1º	Sistemas de seguridad de la información	6	OB
1º	Nuevas tendencias digitales	6	OB
1º	Estrategia de negocio digital	6	OB
1º	*Social Media y Community Management*	6	OB
1º	*Data Science and Big Data*	6	OB
1º	Diseño web, usabilidad y experiencia de usuario	6	OB
1º	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	6	OB
1º	Dirección de Personas y Gestión del Talento	6	OB
1º	Dirección Económico-Financiera	6	OB
1º	Dirección Comercial y Marketing Estratégico	6	OB
1º	*Management* Directivo	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech universidad

*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.

tech universidad

Máster de Formación Permanente

MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)

- Modalidad: **online**
- Duración: **7 meses**
- Titulación: **TECH Universidad**
- Acreditación: **90 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster de Formación Permanente

MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)

TECH es miembro de:

tech universidad