Máster Título Propio

MBA en Dirección de Business Intelligence

Business Graduates Association

tech global university

tech global university

Máster Título Propio
MBA en Dirección de Business Intelligence

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **90 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-business-intelligence**

Índice

01 Presentación del programa *pág. 4*

02 ¿Por qué estudiar en TECH? *pág. 8*

03 Plan de estudios *pág. 12*

04 Objetivos docentes *pág. 26*

05 Salidas profesionales *pág. 32*

06 Metodología de estudio *pág. 36*

07 Cuadro docente *pág. 46*

08 Titulación *pág. 68*

01

Presentación del programa

El avance imparable de la digitalización y la transformación empresarial ha convertido al *Business Intelligence* en un eje fundamental para la toma de decisiones estratégicas. Según un estudio del Instituto Nacional de Estadística, el 32,4% de las empresas ha incorporado herramientas de análisis de *big data* en sus procesos. Por ejemplo, la proliferación de nuevas tecnologías ha generado la necesidad de herramientas capaces de procesar información con precisión. En este escenario, TECH no solo ofrece un programa universitario de vanguardia, sino que lo ha diseñado específicamente para optimizar la gestión corporativa y fortalecer la competitividad empresarial. Asimismo, su metodología 100% online facilitará una especialización flexible, compatible con las exigencias laborales y personales del entorno actual.

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

La Dirección de *Business Intelligence* enfrenta desafíos cada vez más complejos. Desde la integración de grandes volúmenes de datos hasta la aplicación de técnicas de análisis predictivo. Por lo tanto, los profesionales del sector deben desarrollar estrategias que permitan una gestión eficiente de la información y la implementación de soluciones innovadoras que respondan a los cambios constantes del entorno empresarial digital.

Ante esta realidad, la creciente demanda de expertos ha convertido esta disciplina en un pilar estratégico para la optimización empresarial y la ventaja competitiva. En respuesta a esta necesidad, el Máster Título Propio MBA en Dirección de *Business Intelligence* de TECH brindará una especialización de alto nivel, diseñada para dotar a los profesionales de las competencias necesarias para liderar proyectos de análisis de datos y maximizar la eficiencia organizacional. Con un enfoque práctico y orientado a la aplicación real, este programa universitario proporcionará las herramientas clave para transformar los datos en decisiones estratégicas.

Posteriormente, este programa universitario combinará conocimientos avanzados en gestión de datos con herramientas innovadoras para la toma de decisiones estratégicas. Además, incluirá contenido multimedia de vanguardia y cuenta con la ventaja de que es 100% online. Sin embargo, para que el alumnado se capacite con excelencia, esta titulación universitaria implementa el método *Relearning*, destacado por optimizar los conocimientos mediante la reiteración, adaptado al ritmo y necesidades del profesional. En adición, unos reconocidos Directores Invitados Internacionales impartirán unas exhaustivas *Masterclasses* para enriquecer la oportunidad académica,

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de la **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 Dirección de Business Intelligence** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en *Business Intelligence*
- 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 *Business Intelligence*
- 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 impartirán unas intensivas Masterclasses sobre las últimas tendencias en la Dirección de Business Intelligence”

Gracias al sistema Relearning de TECH, optimizarás tus conocimientos sin necesidad de largas horas de capacitación y memorización"

Dominarás herramientas analíticas innovadoras para resolver desafíos empresariales y optimizar la toma de decisiones.

Contarás con los mejores recursos multimedia con los que podrás enriquecer tus conocimientos y aplicarlo en la práctica de un modo mucho más sencillo.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del *Business Intelligence*, 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

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

Este innovador un plan de estudios está diseñado para especializar líderes capaces de transformar datos en estrategias empresariales. A través de módulos especializados, el programa universitario abarcará desde los fundamentos del *Business Intelligence* en la empresa hasta áreas clave como visualización de datos, análisis de mercado digital y gestión del talento. Además, incorporará temas avanzados como inteligencia artificial aplicada, protección de datos y liderazgo ético, proporcionando una visión completa para la toma de decisiones estratégicas. Con un enfoque práctico y directivo, esta titulación universitaria prepara a los profesionales para liderar la transformación digital en sus organizaciones.

Con experiencia de primer nivel, gestionarás datos, inteligencia artificial y visualización de información para optimizar procesos empresariales"

Módulo 1. *Business Intelligence* en la empresa

1.1. *Business Intelligence* empresarial
- 1.1.1. El mundo del dato
- 1.1.2. Conceptos relevantes
- 1.1.3. Principales características
- 1.1.4. Soluciones en el mercado actual
- 1.1.5. Arquitectura global de una solución BI
- 1.1.6. Ciberseguridad en BI y *Data Science*

1.2. Nuevo concepto empresarial
- 1.2.1. Por qué BI
- 1.2.2. Obtención de la información
- 1.2.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
- 1.2.4. Razones por las que invertir en BI

1.3. El *Data Warehouse*
- 1.3.1. Definiciones y objetivos: *Data Warehouse* y *Data Mart*
- 1.3.2. Arquitectura
- 1.3.3. El modelado dimensional y sus tipos de esquemas
- 1.3.4. Proceso de extracción, transformación y Carga (ETL)
- 1.3.5. Metadatos

1.4. *Big Data* y captura del dato
- 1.4.1. Captura
- 1.4.2. Transformación
- 1.4.3. Almacenamiento

1.5. *Reporting Business Intelligence* (BI)
- 1.5.1. Estructuras de las BBDD
- 1.5.2. BBDD OLTP y OLAP
- 1.5.3. Ejemplos

1.6. Los *Dashboards* o Cuadros de Mando Integral
- 1.6.1. Cuadros de Mando
- 1.6.2. Sistemas de soporte a la decisión
- 1.6.3. Sistemas de información ejecutiva

1.7. *Deep Learning*
- 1.7.1. *Deep Learning*
- 1.7.2. Utilidades del *Deep Learning*

1.8. *Machine Learning*
- 1.8.1. *Machine Learning*
- 1.8.2. Utilidades del *Machine Learning*
- 1.8.3. *Deep Learning* vs *Machine Learning*

1.9. Herramientas y Soluciones BI
- 1.9.1. Elección de la mejor herramienta
- 1.9.2. *Microsoft Power BI*, *MicroStrategy* y *Tableau*
- 1.9.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
- 1.9.4. Prometeus

1.10. Planificación y dirección Proyecto BI
- 1.10.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
- 1.10.2. Solución BI para tu empresa
- 1.10.3. Toma de requisitos y objetivos

Módulo 2. Perspectiva de negocio

2.1. La empresa
- 2.1.1. Teoría Capital Riesgo
- 2.1.2. Morfología de las organizaciones: tamaño, forma, actividad y sectores
- 2.1.3. Organización y recursos
- 2.1.4. Dirección y sus necesidades

2.2. Empresa: Mercado y cliente
- 2.2.1. Mercado y cliente
- 2.2.2. Análisis y segmentación de mercado
  - 2.2.2.1. Competencia directa e indirecta
  - 2.2.2.2. Ventaja competitiva

2.3. Análisis DAFO
- 2.3.1. La estrategia empresarial
- 2.3.2. Análisis DAFO
- 2.3.3. Objetivos y plazos (SMART, C/M/L/P, objetivos en cascada)
- 2.3.4. Medición de resultados: conociendo la realidad
- 2.3.5. Indicadores clave (KPI)

2.4. Información como activo
- 2.4.1. Información y gerencia
- 2.4.2. Ciclo de vida información
- 2.4.3. Sistema operacional y sistema estratégico

2.5. Cuadro de mandos integral
- 2.5.1. Cuadro de mandos: Operativo, táctico y estratégico
- 2.5.2. CMI definición
- 2.5.3. Perspectiva financiera
- 2.5.4. Perspectiva de cliente
- 2.5.5. Perspectiva de procesos internos
- 2.5.6. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento

2.6. Análisis de Productividad
- 2.6.1. Ingresos, gastos, inversión y consumo
- 2.6.2. Análisis e imputación de costes
- 2.6.3. ROI y otras ratios de interés

2.7. Distribución y Ventas
- 2.7.1. Relevancia del departamento
- 2.7.2. Canales y equipos
- 2.7.3. Tipos de ventas y consumos

2.8. Otras áreas comunes
- 2.8.1. Producción y prestación de servicio
- 2.8.2. Distribución y logística
- 2.8.3. Comunicación comercial
- 2.8.4. *Inbound Marketing*

2.9. *Data Management*
- 2.9.1. Roles y responsabilidades (roles directivos y roles técnicos)
- 2.9.2. Identificación de interesados (*stakeholders*)
- 2.9.3. Sistemas de gestión de la información (intro y tipos, sin detalle de tecnología)
- 2.9.4. Tipo de Sistemas Operacionales
- 2.9.5. Sistema Estratégico o de Soporte a la Decisión
- 2.9.6. Plataformas para la información: Cloud Computing vs On Premise

2.10. Explorando la información:
- 2.10.1. Intro SQL: bases de datos relacionales conceptos básicos (DDL y DML, PK, FK, JOINS)
- 2.10.2. Redes y comunicaciones: redes públicas/privadas, dirección de red/subred/enrutador y DNS. Tunel VPN y SSH
- 2.10.3. Sistema operacional: Modelos de datos normalizados
- 2.10.4. Sistema estratégico: Modelo multidimensional, OLAP y *Dashboards* gráficos
- 2.10.5. Análisis estratégico de BB.DD. y composición de informes

Módulo 3. Transformación del negocio basado en datos

3.1. *Big Data*
- 3.1.1. *Big Data* en las empresas
- 3.1.2. Concepto de valor
- 3.1.3. Gestión de proyectos de valor

3.2. *Customer Journey*
- 3.2.1. Ciclo de vida de cliente
- 3.2.2. Asociación de campañas al ciclo de vida
- 3.2.3. Métricas de campañas

3.3. Gestión del dato para campañas
- 3.3.1. *Datawarehouse* y *Datalab*
- 3.3.2. Herramientas de creación de campañas
- 3.3.3. Métodos de accionamiento

3.4. GDPR en Marketing digital
- 3.4.1. Anonización del dato y manipulación de datos personales
- 3.4.2. Concepto Robinson
- 3.4.3. Listas de exclusión

3.5. Cuadro de mandos
- 3.5.1. KPIs
- 3.5.2. Audiencia
- 3.5.3. Herramientas
- 3.5.4. *Storytelling*

3.6. Análisis y caracterización clientes
- 3.6.1. Visión cliente 360º
- 3.6.2. Relación de análisis con acciones tácticas
- 3.6.3. Herramientas de análisis

3.7. Ejemplos de negocio aplicando técnicas Big Data
- 3.7.1. *Upselling/Cross-selling*
- 3.7.2. Modelos de propensión
- 3.7.3. Modelos de riesgo
- 3.7.4. Predicciones
- 3.7.5. Tratamiento de imágenes

Módulo 4. Visualización de datos

4.1. Visualización de datos
- 4.1.1. La visualización de datos
- 4.1.2. Importancia del análisis y la visualización de datos
- 4.1.3. Evolución

4.2. El diseño
- 4.2.1. Uso del color
- 4.2.2. Composición y tipografía
- 4.2.3. Recomendaciones

4.3. Tipos de datos
- 4.3.1. Cualitativos
- 4.3.2. Cuantitativos
- 4.3.3. Datos temporales

4.4. Conjuntos de datos
- 4.4.1. Ficheros
- 4.4.2. Bases de datos
- 4.4.3. *Opendata*
- 4.4.3. Datos en *streaming*

4.5. Tipos de representación comunes
- 4.5.1. De columnas
- 4.5.2. De barras
- 4.5.3. De líneas
- 4.5.4. De áreas
- 4.5.5. De dispersión

4.6. Tipos de representación avanzadas
- 4.6.1. Circulares
- 4.6.2. De anillos
- 4.6.3. De burbujas
- 4.6.4. Mapas

4.7. Aplicación por áreas
- 4.7.1. Ciencias políticas y sociología
- 4.7.2. Ciencia
- 4.7.3. Marketing
- 4.7.4. Salud y bienestar
- 4.7.5. Meteorología
- 4.7.6. Negocios y finanzas

4.8. *Storytelling*
- 4.8.1. Importancia del *Storytelling*
- 4.8.2. Historia del *Storytelling*
- 4.8.3. Aplicación del *Storytelling*

4.9. Software para la visualización
- 4.9.1. Comerciales
- 4.9.2. Gratuitos
- 4.9.3. *Online*
- 4.9.4. Software libre

4.10. El futuro de la visualización de datos
- 4.10.1. Realidad virtual
- 4.10.2. Realidad aumentada
- 4.10.3. Inteligencia artificial

Módulo 5. Programación para el análisis de datos

5.1. Programación para el Análisis de Datos
- 5.1.1. Lenguajes para el análisis de datos
- 5.1.2. Evolución y características de las principales de las herramientas
- 5.1.3. Instalación y configuración

5.2. Tipos de datos
- 5.2.1. Tipos básicos
- 5.2.2. Tipos complejos
- 5.2.3. Otras estructuras

5.3. Estructuras y operaciones
- 5.3.1. Operaciones con datos
- 5.3.2. Estructuras de control
- 5.3.3. Operaciones con ficheros

5.4. Extracción y análisis de información
- 5.4.1. Resúmenes estadísticos
- 5.4.2. Análisis univariable
- 5.4.3. Análisis multivariable

5.5. Visualización
- 5.5.1. Gráficos univariables
- 5.5.2. Gráficos multivariable
- 5.5.3. Otros gráficos de interés

5.6. Preprocesamiento
- 5.6.1. La importancia de la calidad de los datos
- 5.6.2. Detección y análisis de *outliers*
- 5.6.3. Otros factores de calidad del *dataset*

5.7. Preprocesamiento avanzado
- 5.7.1. Submuestreo
- 5.7.2. Remuestreo
- 5.7.3. Reducción de dimensionalidad

5.8. Modelado de datos
- 5.8.1. Fases del modelado
- 5.8.2. División del conjunto de datos
- 5.8.3. Métricas para predicción

5.9. Modelado de datos avanzado
- 5.9.1. Modelos no supervisados
- 5.9.2. Modelos supervisados
- 5.9.3. Librerías para el modelado

5.10. Herramientas y buenas prácticas
- 5.10.1. Buenas prácticas para el modelado
- 5.10.2. Las herramientas de un analista de datos
- 5.10.3. Conclusión y librerías de interés

Módulo 6. *Digital Marketing Analytics*

6.1. La analítica web
- 6.1.1. La analítica web. Uso
- 6.1.2. Historia
- 6.1.3. Metodología aplicable

6.2. Google Analytics
- 6.2.1. Acerca de Google Analytics
- 6.2.2. Métrica vs Dimensión
- 6.2.3. Objetivos de medición

6.3. Métricas y Conversiones
- 6.3.1. Métricas Básicas
- 6.3.2. Métricas Avanzadas o KPI (*Key Performance Indicators*)
- 6.3.3. Conversiones

6.4. Dimensiones
- 6.4.1. Campaña/ Palabra clave (*keyword*)
- 6.4.2. Fuente/Medio
- 6.4.3. Contenido

6.5. Universal Analytics vs Google Analytics 4
- 6.5.1. Diferencias UA vs GA4
- 6.5.2. Ventajas y Limitaciones
- 6.5.3. Uso de herramientas UA y GA4

6.6. Configuración de Google Analytics
- 6.6.1. Instalación e integración
- 6.6.2. Estructura de Universal Analytics: Cuentas, Propiedades y Vistas
- 6.6.3. Objetivos y embudos de conversión

6.7. Informes
- 6.7.1. Analítica en tiempo real
- 6.7.2. Analítica de audiencia
- 6.7.3. Analítica de adquisición
- 6.7.4. Analítica de comportamiento
- 6.7.5. Analítica de conversiones

6.8. Informes avanzados
- 6.8.1. Paneles
- 6.8.2. Informes personalizados
- 6.8.3. APIs

6.9. Segmentos
- 6.9.1. Diferencia entre segmento y filtro
- 6.9.2. Tipos de segmentos: predefinidos/personalizados
- 6.9.3. *Remarketing*

6.10. Analítica Digital
- 6.10.1. Medición
- 6.10.2. Implementación
- 6.10.3. Conclusiones

Módulo 7. Gestión del dato

7.1. Estadística
- 7.1.1. Estadística: Estadística descriptiva, estadística inferencias
- 7.1.2. Población, Muestra, Individuo
- 7.1.3. Variables: Definición, escalas de medida

7.2. Tipos de datos estadísticos
- 7.2.1. Según tipo
  - 7.2.1.1. Cuantitativos: datos continuos y datos discretos
  - 7.2.1.2. Cualitativos: Datos Binomiales, Datos Nominales y Datos Ordinales
- 7.2.2. Según su forma: Numérico, Texto, Lógico
- 7.2.3. Según su fuente: Primarios, Secundarios

7.3. Planificación de la gestión del dato
- 7.3.1. Definición de objetivos
- 7.3.2. Determinación de recursos disponibles
- 7.3.3. Establecimiento de lapsos
- 7.3.4. Estructura de los datos

7.4. Recolección de datos
- 7.4.1. Metodología de recolección
- 7.4.2. Herramientas de recolección
- 7.4.3. Canales de recolección

7.5. Limpieza del dato
- 7.5.1. Fases de la limpieza de datos
- 7.5.2. Calidad del dato
- 7.5.3. Manipulación de datos (con R)

7.6. Análisis de datos, interpretación y valoración de resultados
- 7.6.1. Medidas estadísticas
- 7.6.2. Índices de relación
- 7.6.3. Minería de datos

7.7. Visualización de datos
- 7.7.1. Visualización idónea según el tipo de dato
- 7.7.2. Consideraciones asociadas al usuario final
- 7.7.3. Modelos ejecutivos de presentación de resultados

7.8. Almacén del dato (*Datawarehouse*)
- 7.8.1. Elementos que lo integran
- 7.8.2. Diseño
- 7.8.3. Aspectos a considerar

7.9. Disponibilidad del dato
- 7.9.1. Acceso
- 7.9.2. Utilidad
- 7.9.3. Seguridad

7.10. Aplicación práctica
- 7.10.1. Exploración de datos
- 7.10.2. Manipulación y ajuste de patrones y estructuras
- 7.10.3. Aplicación de test y modelado

Módulo 8. Protección de datos

8.1. Normativa de Protección de Datos
- 8.1.1. Marco normativo
- 8.1.2. Definiciones
- 8.1.3. Sujetos obligados al cumplimiento de la normativa
  - 8.1.3.1. Diferencias entre responsables, corresponsables y encargados de tratamiento
- 8.1.4. La figura del Delegado de Protección de Datos

8.2. Regulación armonizada de la Inteligencia Artificial: Propuesta de Reglamento europeo
- 8.2.1. Prácticas prohibidas
- 8.2.2. Sistemas de inteligencia artificial de alto riesgo
- 8.2.3. Medidas de apoyo a la innovación

8.3. Principios relativos al tratamiento de datos personales
- 8.3.1. Licitud, lealtad y transparencia
- 8.3.2. Limitación de la finalidad
- 8.3.3. Minimización de datos, exactitud y limitación del plazo de conservación
- 8.3.4. Integridad y confidencialidad.
- 8.3.5. Responsabilidad proactiva.

8.4. Bases de licitud o legitimación y habilitaciones para el tratamiento, incluida, en su caso la comunicación de datos
- 8.4.1. Consentimiento
- 8.4.2. Relación contractual o medidas precontractuales
- 8.4.3. Cumplimiento de una obligación legal
- 8.4.4. Protección de intereses vitales del interesado u otra persona
- 8.4.5. Interés público o ejercicio de poderes públicos
- 8.4.6. Interés legítimo: ponderación de intereses

8.5. Derechos de los individuos
- 8.5.1. Transparencia e información
- 8.5.2. Acceso
- 8.5.3. Rectificación y supresión (derecho al olvido), limitación y portabilidad
- 8.5.4. Oposición y decisiones individuales automatizadas
- 8.5.5. Limitaciones a los derechos

8.6. Protección de datos desde el diseño: Análisis y Gestión de riesgos de tratamientos de datos personales.
- 8.6.1. Identificación de riesgos y amenazas para los derechos y libertades de las personas físicas
- 8.6.2. Evaluación de riesgos
- 8.6.3. Plan de tratamiento de riesgos

8.7. Técnicas para garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de datos
- 8.7.1. Identificación de medidas de responsabilidad proactiva
- 8.7.2. Medidas organizativas
- 8.7.3. Medidas técnicas
- 8.7.4. El Registro de Actividades de tratamiento
- 8.7.5. Gestión de brechas de seguridad
- 8.7.6. Códigos de conducta y certificaciones

8.8. La Evaluación de Impacto relativa a la protección de los datos personales (EIPD o DPIA)
- 8.8.1. Estudio de necesidad de la EIPD
- 8.8.2. Metodología de evaluación
- 8.8.3. Identificación de riesgos y amenazas
- 8.8.4. Consulta previa a la autoridad de control

8.9. Regulación contractual entre los responsables, encargados y, en su caso, otros sujetos. Transferencias internacionales de datos
- 8.9.1. Contrato de acceso o tratamiento de datos
- 8.9.2. Contratos entre corresponsables
- 8.9.3. Responsabilidades de las partes
- 8.9.4. Definición y garantías que deben adoptarse en transferencias internacionales

8.10. Las autoridades de control. Infracciones y sanciones
- 8.10.1. Infracciones
- 8.10.2. Sanciones
- 8.10.3. Procedimiento sancionador
- 8.10.4. Las autoridades de control y mecanismos de cooperación

Módulo 9. *Business Intelligence* e Inteligencia Artificial: Estrategias y aplicaciones

9.1. Servicios financieros
- 9.1.1. Las implicaciones de la Inteligencia Artificial (IA) en los servicios financieros. Oportunidades y desafíos
- 9.1.2. Casos de uso
- 9.1.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 9.1.4. Potenciales desarrollos / Usos futuros de la IA

9.2. Implicaciones de la Inteligencia Artificial en el Servicio Sanitario
- 9.2.1. Implicaciones de la IA en el sector sanitario. Oportunidades y desafíos
- 9.2.2. Casos de uso

9.3. Riesgos Relacionados con el uso de la IA en el Servicio Sanitario
- 9.3.1. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 9.3.2. Potenciales desarrollos / Usos futuros de la IA

9.4. *Retail*
- 9.4.1. Implicaciones de la IA en *Retail*. Oportunidades y desafíos
- 9.4.2. Casos de uso
- 9.4.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 9.4.4. Potenciales desarrollos / Usos futuros de la IA

9.5. Industria 4.0
- 9.5.1. Implicaciones de la IA en la Industria 4.0. Oportunidades y desafíos
- 9.5.2. Casos de uso

9.6. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA en la Industria 4.0
- 9.6.1. Casos de uso
- 9.6.2. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 9.6.3. Potenciales desarrollos / Usos futuros de la IA

9.7. Administración Pública
- 9.7.1. Implicaciones de la IA en la Administración Pública: oportunidades y desafíos
- 9.7.2. Casos de uso
- 9.7.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 9.7.4. Potenciales desarrollos / Usos futuros de la IA

9.8. Educación
- 9.8.1. Implicaciones de la IA en la educación: oportunidades y desafíos
- 9.8.2. Casos de uso
- 9.8.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 9.8.4. Potenciales desarrollos / Usos futuros de la IA

9.9. Silvicultura y Agricultura
- 9.9.1. Implicaciones de la IA en la silvicultura y la agricultura. Oportunidades y desafíos
- 9.9.2. Casos de uso
- 9.9.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 9.9.4. Potenciales desarrollos / Usos futuros de la IA

9.10. Recursos Humanos
- 9.10.1. Implicaciones de la IA en los Recursos Humanos. Oportunidades y desafíos
- 9.10.2. Casos de uso
- 9.10.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 9.10.4. Potenciales desarrollos / Usos futuros de la IA

Módulo 10. Optimización del capital humano en la empresa

10.1. Capital humano en la Empresa
- 10.1.1. Valor del capital humano en el mundo tecnológico
- 10.1.2. Habilidades directivas.
- 10.1.3. Cambio de paradigma en los modelos de dirección

10.2. Competencias del director
- 10.2.1. Proceso directivo
- 10.2.2. Las funciones de la dirección
- 10.2.3. Gestión de liderazgo de grupos en las empresas. las relaciones grupales

10.3. Comunicación en la empresa
- 10.3.1. El proceso de comunicación en la empresa
- 10.3.2. Relaciones interpersonales en la Empresa
- 10.3.3. Técnicas de Comunicación para el Cambio
  - 10.3.3.1. *Storytelling*
  - 10.3.3.2. Técnicas de comunicación asertiva. *Feedback*, Consenso

10.4. *Coaching* Empresarial
- 10.4.1. *Coaching* Empresarial
- 10.4.2. La práctica del *coaching*
- 10.4.3. Tipos de *coaching* y *coaching* en las organizaciones
  - 10.4.3.1. El *coaching* como estilo de liderazgo

10.5. *Mentoring* empresarial
- 10.5.1. El *mentoring* en la empresa
- 10.5.2. Los 4 procesos de un programa de *mentoring*
- 10.5.3. Beneficios de esta herramienta empresarial

10.6. Mediación y Resolución de Conflictos en la Empresa
- 10.6.1. Los conflictos
- 10.6.2. Prevenir, afrontar y resolver el conflicto
- 10.6.3. Estrés y motivación laboral

10.7. Técnicas de negociación
- 10.7.1. La negociación en el ámbito directivo de las empresas tecnológicas
- 10.7.2. Estrategias y principales tipos de negociación
- 10.7.3. La figura del sujeto negociador

10.8. Gestión del cambio empresarial
- 10.8.1. Factores del cambio organizacional
- 10.8.2. Planificación estratégica
- 10.8.2. Gestión del cambio organizacional
  - 10.8.2.1. Para el cambio intangible: equipos, comunicación, cultura, liderazgo
  - 10.8.2.2. Para el cambio básico o tangible: fijación de objetivos, medir rendimiento, aprendizaje, reconocimiento y recompensas

10.9. Técnicas de mejora del funcionamiento de un equipo
- 10.9.1. Técnicas de Trabajo en equipo
- 10.9.2. Delegación en los equipos de trabajo

10.10. Dinámica de grupos. Clasificación
- 10.10.1. El papel del dinamizador
- 10.10.2. Técnicas de dinámica de grupos
  - 10.10.2.1. *Braimstorming+*
  - 10.10.2.2. Philps 6/6
  - 10.10.2.3. El Globo aerostático D

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

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

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

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

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

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

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

12.7. 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. Dirección de operaciones
- 15.2.1. Importancia de la dirección
- 15.2.2. La cadena de valor
- 15.2.3. Gestión de calidad

15.3. Oratoria y formación de portavoces
- 15.3.1. Comunicación interpersonal
- 15.3.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 15.3.3. Barreras en la comunicación

15.4. Herramientas de. comunicaciones personales y organizacional
- 15.4.1. La comunicación interpersonal
- 15.4.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 15.4.3. La comunicación en la organización
- 15.4.4. Herramientas en la organización

15.5. Comunicación en situaciones de crisis
- 15.5.1. Crisis
- 15.5.2. Fases de la crisis
- 15.5.3. Mensajes: contenidos y momentos

15.6. Preparación de un plan de crisis
- 15.6.1. Análisis de posibles problemas
- 15.6.2. Planificación
- 15.6.3. Adecuación del personal

15.7. Inteligencia emocional
- 15.7.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 15.7.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 15.7.3. Autoestima y comunicación emocional

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

15.9. Liderazgo y gestión de equipos
- 15.9.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 15.9.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 15.9.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 15.9.4. Gestión de Equipos Multiculturales

04

Objetivos docentes

Este programa universitario tiene como finalidad dotar a los profesionales de las herramientas necesarias para liderar la transformación empresarial a través del *Business Intelligence*. Para ello, abarcará desde la gestión estratégica del dato hasta la aplicación de inteligencia artificial en la toma de decisiones, capacitando a los egresados para optimizar procesos, anticipar tendencias de mercado y mejorar la eficiencia operativa. Así, los objetivos de esta titulación universitaria garantizarán que los egresados desarrollen competencias en analítica avanzada, dirección empresarial basada en datos y liderazgo en entornos digitales, contribuyendo significativamente a la evolución de sus organizaciones.

Gestionarás con eficiencia datos e inteligencia artificial para optimizar procesos y anticipar tendencias de mercado"

Objetivos generales

- Dominar la implementación de estrategias de *Business Intelligence* para la optimización empresarial
- Aplicar técnicas de visualización y análisis de datos para mejorar la toma de decisiones
- Integrar herramientas de inteligencia artificial y *machine learning* en la gestión empresarial
- Diseñar estrategias de marketing digital basadas en analítica avanzada
- Gestionar la protección y privacidad de los datos en cumplimiento de normativas internacionales
- Desarrollar habilidades de liderazgo y gestión del talento en entornos de transformación digital
- Optimizar la gestión económico - financiera mediante el uso de herramientas de análisis de datos
- Implementar modelos de dirección comercial y marketing estratégico basados en datos

Objetivos específicos

Módulo 1. *Business Intelligence* en la Empresa

- Comprender el impacto del *Business Intelligence* en la toma de decisiones estratégicas
- Analizar los principales sistemas y herramientas de BI utilizados en el ámbito empresarial
- Evaluar casos de éxito en la implementación de BI en diferentes sectores.
- Identificar oportunidades para la optimización de procesos mediante el uso de datos

Módulo 2. Perspectiva de Negocio

- Desarrollar una visión estratégica basada en el análisis de datos
- Identificar tendencias y oportunidades de negocio a través de la analítica empresarial
- Aplicar técnicas de modelado de negocio para mejorar la rentabilidad
- Implementar métricas claves para evaluar el desempeño organizacional

Módulo 3. Transformación del Negocio Basado en Datos

- Diseñar estrategias de transformación digital a partir del *Business Intelligence*
- Implementar modelos de negocio basados en la explotación de datos
- Evaluar el impacto del análisis de datos en la eficiencia operativa y la competitividad
- Gestionar el cambio organizacional hacia una cultura *data - driven*

Módulo 4. Visualización de Datos

- Aplicar principios de diseño y narración para mejorar la interpretación de datos
- Utilizar herramientas de visualización para facilitar la toma de decisiones empresariales
- Desarrollar paneles interactivos para el análisis de indicadores clave
- Optimizar la comunicación de *insights* mediante gráficos y reportes efectivos

Módulo 5. Programación para el Análisis de Datos

- Aplicar lenguajes de programación como Python y R en el análisis de datos
- Desarrollar scripts y algoritmos para la manipulación y limpieza de datos
- Automatizar procesos de extracción, transformación y carga (ETL) de datos
- Implementar modelos de análisis predictivo mediante programación avanzada

Módulo 6. *Digital Marketing Analytics*

- Reconocer los principios básicos de la analítica web y su evolución
- Distinguir entre métricas, dimensiones y conversiones en Google Analytics
- Configurar objetivos, embudos e informes personalizados en entornos UA y GA4
- Aplicar segmentos y técnicas de *remarketing* para mejorar el análisis digital

Módulo 7. Gestión del Dato

- Diseñar estrategias para la administración y gobernanza de datos empresariales
- Optimizar la calidad y confiabilidad de la información en entornos corporativos
- Implementar bases de datos eficientes y escalables
- Evaluar metodologías para el almacenamiento y recuperación de datos

Módulo 8. Protección de Datos

- Comprender el marco normativo y regulaciones internacionales sobre protección de datos
- Aplicar medidas de ciberseguridad en el manejo de información empresarial
- Desarrollar estrategias de gestión de riesgos y cumplimiento normativo
- Implementar protocolos de seguridad para prevenir accesos no autorizados

Módulo 9. *Business Intelligence* e Inteligencia Artificial: Estrategias y aplicaciones

- Integrar inteligencia artificial en estrategias de *Business Intelligence*
- Aplicar aprendizaje automático para el análisis avanzado de datos empresariales
- Evaluar el impacto de la IA en la toma de decisiones estratégicas
- Desarrollar modelos predictivos para optimizar el rendimiento organizacional

Módulo 10. Optimización del Capital Humano en la Empresa

- Implementar estrategias de gestión del talento basadas en análisis de datos
- Evaluar la productividad y desempeño mediante herramientas de BI
- Desarrollar modelos de predicción para la retención de talento
- Aplicar BI en la planificación y optimización de recursos humanos

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

- Desarrollar competencias de liderazgo en entornos digitales y *data - driven*
- Aplicar principios éticos en la gestión y análisis de datos empresariales
- Evaluar el impacto de la inteligencia de negocio en la responsabilidad social corporativa
- Diseñar estrategias de negocio alineadas con el desarrollo sostenible

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- Aplicar herramientas de BI en la gestión de equipos de trabajo
- Evaluar el impacto de la cultura organizacional en la productividad
- Desarrollar estrategias para la atracción y retención del talento
- Implementar modelos de evaluación del desempeño basados en datos

Módulo 13. Dirección Económico - Financiera

- Aplicar técnicas de *Business Intelligence* para el análisis financiero
- Optimizar la planificación y control de costos mediante el uso de datos
- Evaluar riesgos financieros a través de modelos predictivos
- Implementar estrategias de inversión y crecimiento basadas en analítica avanzada

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- Integrar BI en la planificación y ejecución de estrategias comerciales
- Aplicar técnicas de análisis de datos para mejorar la segmentación de clientes
- Desarrollar modelos de predicción para la optimización de ventas
- Evaluar el impacto de la digitalización en la estrategia de marketing

Módulo 15. *Management* Directivo

- Desarrollar habilidades directivas basadas en la inteligencia de negocio
- Aplicar metodologías ágiles en la gestión de proyectos empresariales
- Evaluar la efectividad de las decisiones estratégicas mediante análisis de datos
- Implementar modelos de liderazgo orientados a la transformación digital

Liderarás la Transformación Digital en las empresas, facilitando la adopción de soluciones tecnológicas emergentes"

05

Salidas profesionales

Al culminar esta titulación universitaria en Dirección de *Business Intelligence*, los egresados estarán preparados para liderar la transformación digital en empresas de todos los sectores. Gracias a su dominio en el análisis estratégico de datos, podrán desempeñarse como directores, consultores o líderes en transformación digital. Posteriormente, su capacidad para convertir información en ventajas competitivas les permitirá optimizar procesos, mejorar la rentabilidad y anticipar tendencias de mercado. Además, estarán capacitados para integrar herramientas de inteligencia artificial, gestionar la seguridad de la información y desarrollar estrategias de negocio basadas en datos, convirtiéndose en piezas clave dentro de cualquier organización.

Manejarás técnicas avanzadas de análisis predictivo para anticipar tendencias y comportamientos en el mercado”

Perfil del egresado

El egresado será un profesional altamente calificado, con un perfil analítico, estratégico y orientado a la toma de decisiones basada en datos. De hecho, esta capacitación le permitirá liderar equipos multidisciplinarios y gestionar proyectos de *Business Intelligence*, data science y transformación digital con una visión innovadora. A su vez, contará con habilidades avanzadas en visualización de datos, programación para el análisis de información y gestión del talento en entornos tecnológicos. Además, poseerá una sólida comprensión de la ética empresarial y la responsabilidad social, asegurando que el uso de la información esté alineado con los valores y objetivos de la organización.

Desarrollarás un perfil analítico y estratégico para liderar la toma de decisiones basada en datos.

- **Integración de Inteligencia Artificial en Negocios:** aplicar *machine learning* y automatización en la optimización de procesos empresariales.
- **Optimización de Estrategias Comerciales:** aplicar *Business Intelligence* en marketing, ventas y experiencia del cliente, maximizando la competitividad de la empresa.
- **Dirección de Equipos y Gestión del Talento:** liderar equipos multidisciplinarios, fomentando la innovación y la eficiencia operativa.
- **Seguridad y Protección de Datos:** manejar normativas y estrategias de ciberseguridad para garantizar el cumplimiento y la ética en el uso de la información.

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

1. **Director de *Business Intelligence*:** responsable de diseñar e implementar estrategias de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas.
2. ***Chief Data Officer* (CDO):** líder en la gestión de datos y su alineación con los objetivos de negocio, garantizando su calidad, seguridad y valor estratégico.
3. **Consultor en *Business Intelligence* y Analítica de Datos:** asesor de empresas sobre el uso eficiente de herramientas de BI para optimizar su rendimiento.
4. **Gerente de Transformación Digital:** encargado de liderar la evolución tecnológica y la implementación de estrategias digitales basadas en datos.
5. ***Head of Data Analytics*:** responsable de dirigir el análisis de datos, desarrollar modelos predictivos y proporcionar *insights* clave para la toma de decisiones.
6. **Director de Estrategia y Análisis de Datos:** líder en la identificación de oportunidades de negocio a partir de la inteligencia de datos.
7. **Responsable de Inteligencia de Mercado:** responsable de interpretar tendencias de mercado y competencia a través del análisis de datos estratégicos.
8. **Director de Innovación y Tecnología:** encargado de integrar soluciones de BI e inteligencia artificial en la optimización de procesos empresariales.
9. **Gerente de Digital Marketing *Analytics*:** dedicado al análisis de datos en entornos digitales para la optimización de campañas de marketing y experiencia del cliente.
10. **Responsable de Gestión y Protección de Datos:** encargado de implementar normativas de seguridad y garantizar el cumplimiento de regulaciones en el uso de la información.

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.

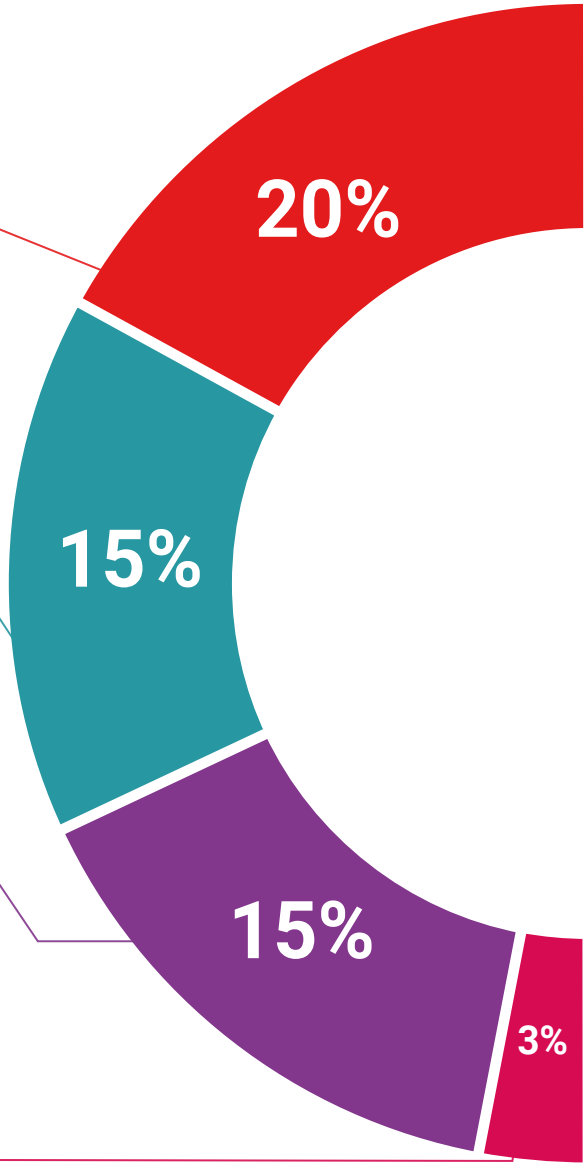
Resúmenes interactivos

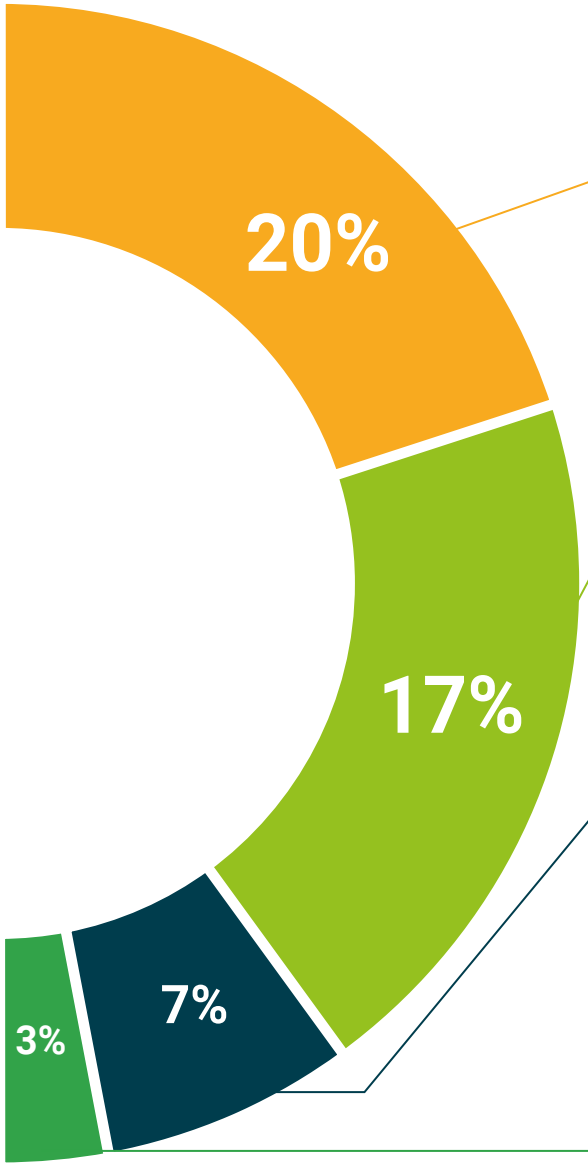
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Este programa universitario de TECH constituye una oportunidad única para los empresarios, directivos y emprendedores que busquen ampliar sus aptitudes de liderazgo en base a los criterios del *Business Intelligence*. Por eso, la titulación universitaria aportará un claustro de excelencia compuesto por verdaderos expertos del contexto ejecutivo. Cada uno de los miembros de este equipo docente acumula experiencias de élite en cuanto a la implementación de estrategias de negocios y analítica empresarial. Además, con su asesoramiento académico, los egresados alcanzarán competencias de rigor de un modo más rápido y flexible.

El equipo docente de este programa universitario está integrado por auténticas referencias en la Dirección de Business Intelligence”

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

D. Gauthier, Rick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arman, Romi

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arens, Manuel

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

D. La Sala, Andrea

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Gram, Mick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Stevenson, Scott

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

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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

Dña. Thole-Muir, Wendy

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

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

Dirección

Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

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

Profesores

Dña. Pedrajas Perabá, María Elena

- New Technologies and Digital Transformation Consultant en Management Solutions
- Investigadora en el Departamento de Informática y Análisis Numérico en la Universidad de Córdoba
- Investigadora en el Centro Singular de Investigación en Tecnologías Inteligentes en Santiago de Compostela
- Licenciada en Ingeniería Informática por la Universidad de Córdoba
- Máster en Ciencia de Datos e Ingeniería de Computadores por la Universidad de Granada
- Máster en Consultoría de Negocio por la Universidad Pontificia Comillas

Dña. Palomino Dávila, Cristina

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

D. Fondón Alcalde, Rubén

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

Dña. Martínez Cerrato, Yésica

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

Dña. García La O, Marta

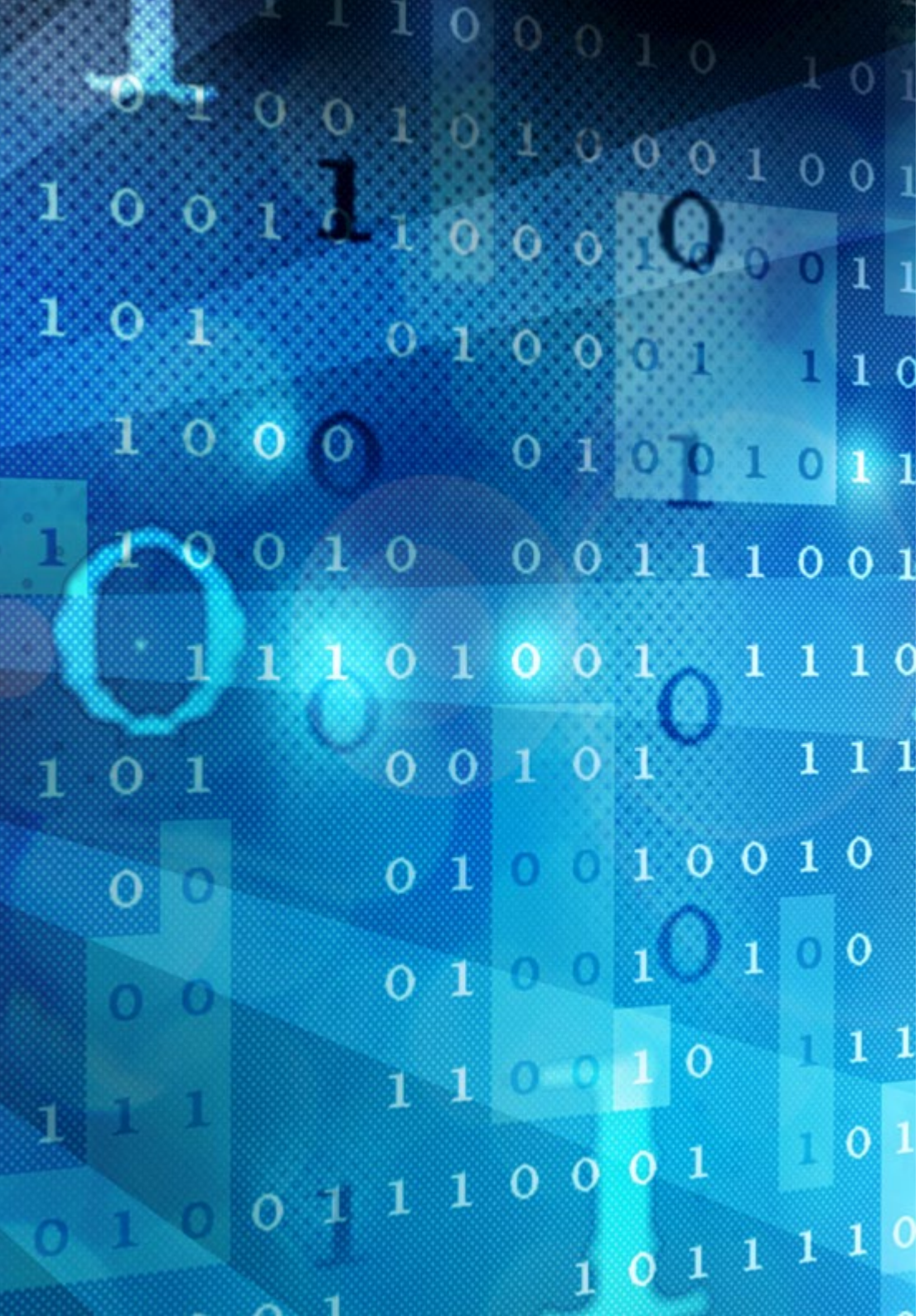
- Especialista en Marketing Digital y Redes Sociales
- Gestión, administración y *Account Management* en Think Planificación y Desarrollo SI
- Instructora formativa de altos directivos en Think Planificación y Desarrollo SI
- Especialista en Marketing en Versas Consultores
- Diplomada en Ciencias Empresariales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

D. García Niño, Pedro

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

D. Catalán Ramírez, Raúl Luis

- Diseñador Gráfico
- Diseñador de interfaces y programador en Prometeus Global Solutions
- Diseñador en Asociación Mille Cunti
- Graduado en Diseño Gráfico por la EA



Dña. Fernández Meléndez, Galina

- Especialista en Big Data
- Analista de Datos en Aresi Gestión de Fincas
- Analista de Datos en ADN Mobile Solution
- Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad Bicentenaria de Aragua. Caracas, Venezuela
- Diplomada en Planificación y Finanzas Públicas por la Escuela Venezolana de Planificación
- Máster en Análisis de Datos e Inteligencia de Negocio por la Universidad de Oviedo
- MBA en Administración y Dirección de Empresas por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona
- Máster en Big Data y Business Intelligence por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona

D. Nafría Sanz, Alfonso

- Consultor de Marketing y Desarrollo de Negocios Especializado en Pymes
- Consultor de Inteligencia de Negocio en Korporate Technologies Group SL
- Licenciado en Marketing e Investigación Técnica de Mercados por la Universidad CEU San Pablo
- Máster en Business Intelligence y Big Data por la Universitat Oberta de Catalunya

08

Titulación

El Máster Título Propio MBA en Dirección de Business Intelligence garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **MBA en Dirección de Business Intelligence** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ***(boletín oficial)***. Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio.El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

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

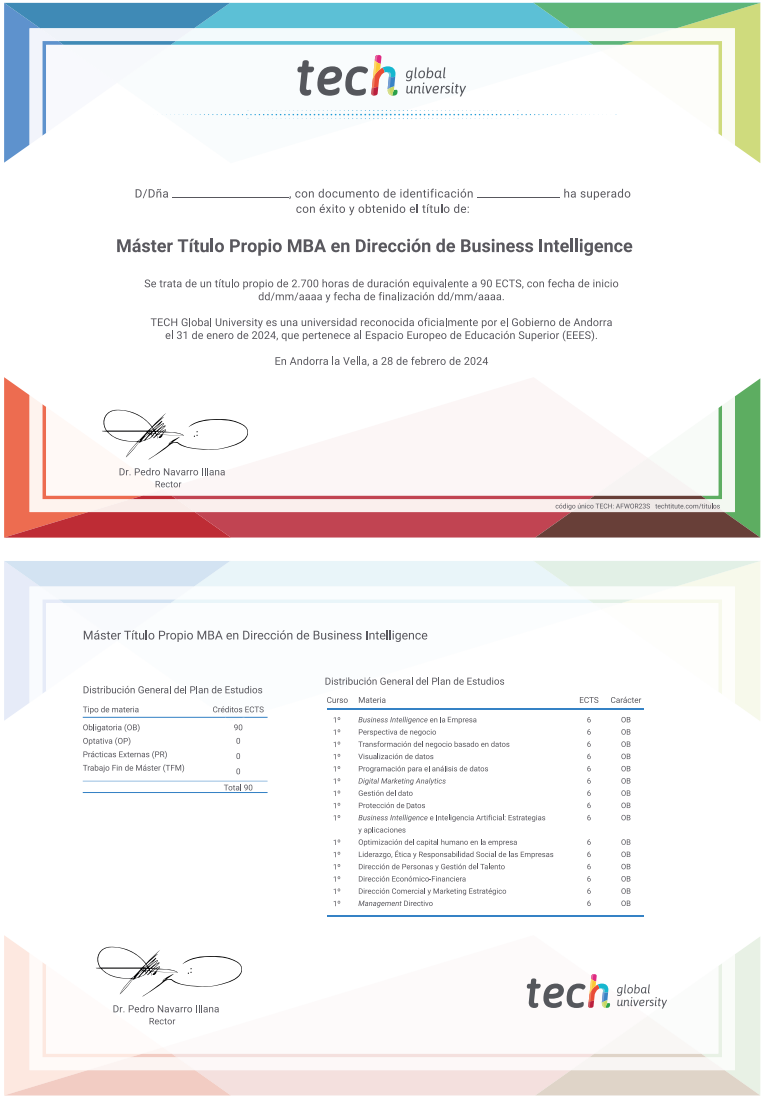
TECH es miembro de:

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Business Intelligence**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



tech global university

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

Máster Título Propio MBA en Dirección de Business Intelligence

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

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

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

Máster Título Propio MBA en Dirección de Business Intelligence

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	*Business Intelligence* en la Empresa	6	OB
1º	Perspectiva de negocio	6	OB
1º	Transformación del negocio basado en datos	6	OB
1º	Visualización de datos	6	OB
1º	Programación para el análisis de datos	6	OB
1º	*Digital Marketing Analytics*	6	OB
1º	Gestión del dato	6	OB
1º	Protección de Datos	6	OB
1º	*Business Intelligence* e Inteligencia Artificial: Estrategias y aplicaciones	6	OB
1º	Optimización del capital humano en la empresa	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 global university

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

tech global university

Máster Título Propio
MBA en Dirección de Business Intelligence

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **90 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Business Intelligence

Business Graduates Association

tech global university