

Máster Título Propio

MBA Internacional

M B A I



Máster Título Propio MBA Internacional

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: titulados superiores y profesionales con experiencia demostrable en Management.

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

Índice

01	02	03	04
Bienvenida	¿Por qué estudiar en TECH?	¿Por qué nuestro programa?	Objetivos
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 4</i>	<i>pág. 6</i>	<i>pág. 10</i>	<i>pág. 14</i>
	05	06	07
	Competencias	Estructura y contenido	Metodología
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 20</i>	<i>pág. 24</i>	<i>pág. 36</i>
	08	09	10
	Perfil de nuestros alumnos	Impacto para tu carrera	Beneficios para tu empresa
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 44</i>	<i>pág. 48</i>	<i>pág. 52</i>
			11
			Titulación
			<hr/>
			<i>pág. 56</i>

01 Bienvenida

La globalización ha propiciado la creación de diferentes mercados muy competitivos. Las empresas deben adaptarse a los nuevos entornos y apostar por la internacionalización, asentándose en los mercados extranjeros, con el objetivo de expandir su negocio. Para ello, es preciso desarrollar las habilidades adecuadas para una correcta gestión de los negocios. Con este programa tendrás la oportunidad de aprender a manejarte con éxito en la gestión empresarial y dominarás los cambios en el ámbito financiero y estratégico de las empresas en vías de internacionalización.



MBA Internacional.
TECH Universidad Tecnológica



“

Las empresas internacionalizadas se mueven en entornos altamente competitivos, por lo que es preciso que los profesionales cuenten con la cualificación adecuada para su gestión”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

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

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

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



Análisis

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



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

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



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

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



“

Cumple tus objetivos a nivel laboral gracias a los conocimientos avanzados que podrás adquirir con este programa”

Tus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El MBA Internacional capacitará al alumno para:

01

Definir los elementos fundamentales que conforman las Finanzas Corporativas, analizando las variables que intervienen en la toma de decisiones de inversión, con el fin de obtener la maximización del valor económico de la organización

02

Explicar la importancia de los estados financieros de la empresa, interpretando la política de pago de dividendos, los tipos de deuda, los tipos de autofinanciación

03

Establecer las relaciones que reflejan su situación con un Gobierno Corporativo y con las Finanzas Corporativas internacionales





04

Definir los elementos de la estrategia como fundamento principal de la dirección estratégica internacional

05

Analizar el comportamiento estratégico de las operaciones a distintos niveles

06

Describir la lógica del proceso de dirección estratégica y el significado de cada una de sus fases

07

Definir las relaciones básicas de la empresa con su entorno

08

Analizar la influencia de los Stakeholders o grupos de interés sobre la empresa

09

Desarrollar la capacidad de detección, análisis y resolución de problemas





10

Identificar las distintas sendas de crecimiento por la que pueden optar las empresas

11

Describir las características, problemáticas e implicaciones humanas, económicas, político-legales y organizativas de las diferentes modalidades de desarrollo estratégico

12

Conocer todas las herramientas financieras derivadas para la cobertura de posibles fluctuaciones del precio de las materias primas

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA Internacional, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para desarrollar una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora.



“

Adquiere las competencias necesarias para desarrollarte con éxito en el mercado internacional y logra competir con los mejores”

01

Manejarse estratégicamente en entornos globalizados, logrando alcanzar el éxito a nivel empresarial

02

Dirigir de manera exitosa una empresa internacional y sus recursos humanos

03

Apostar por la innovación y la creación para el diseño de nuevos productos

04

Conocer en profundidad la distribución y organización de una multinacional

05

Realizar inversiones internacionales que sean de gran valor para lograr los beneficios de la empresa



06

Gestionar y dirigir de manera adecuada todos los departamentos de la compañía

08

Desarrollar el Marketing Digital y comercio electrónico como parte indispensable de la compañía

09

Gestionar todos los procesos de la compañía para controlar los niveles de calidad departamento

07

Conocer la fiscalidad internacional que será de aplicación a la empresa debido a su participación en mercados globalizados

10

Conocer de manera profunda la normativa internacional que debe tenerse en cuenta a la hora de llevar a cabo negocios internacionales



06

Estructura y contenido

El MBA Internacional es un programa diseñado a la medida del estudiante, que se imparte en formato 100% online para que elija el momento y lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que sienta las bases para su éxito como Internacional Business Manager.



“

Un completísimo plan de estudios diseñado para que seas capaz de autoguiar tu estudio, adquiriendo las destrezas más relevantes para moverte con éxito en los negocios internacionales”

Plan de estudios

El MBA Internacional de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar decisiones en la gestión empresarial. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 1.500 horas de estudio, estudiante analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que le permitirá realizar un aprendizaje más profundo que será de gran utilidad para su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para que los directivos entiendan la dirección de negocios internacionales desde una perspectiva estratégica e innovadora.

Un plan pensado para el profesional, enfocado en su mejora profesional y que le prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la Dirección y la Gestión Empresarial. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que le otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este Máster Título Propio se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 12 módulos:

Módulo 1	Habilidades directivas
Módulo 2	Organización, personas y cultura organizativa
Módulo 3	Finanzas corporativas I
Módulo 4	Finanzas corporativas II
Módulo 5	Finanzas internacionales
Módulo 6	Dirección internacional de personas y gestión de la diversidad
Módulo 7	Gestión de operaciones Internacionales
Módulo 8	Marketing y ventas internacionales
Módulo 9	Mercadotecnia Internacional
Módulo 10	Fiscalidad internacional
Módulo 11	Planificación de proyectos
Módulo 12	Business & Internacional Strategy



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA Internacional de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Habilidades directivas

1.1. Oratoria y formación de portavoces

- 1.1.1. Comunicación interpersonal
- 1.1.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 1.1.3. Barreras para la comunicación

1.2. Comunicación y liderazgo

- 1.2.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 1.2.2. Motivación
- 1.2.3. Capacidades y habilidades del líder 2.0

1.3. Branding personal

- 1.3.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 1.3.2. Leyes del branding personal
- 1.3.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

1.4. Gestión de equipos

- 1.4.1. Equipos de trabajo y dirección de reuniones
- 1.4.2. Gestión de procesos de cambio
- 1.4.3. Gestión de equipos multiculturales
- 1.4.4. Coaching

1.5. Negociación y resolución de conflictos

- 1.5.1. Técnicas de negociación efectiva
- 1.5.2. Conflictos interpersonales
- 1.5.3. Negociación intercultural

1.6. Inteligencia emocional

- 1.6.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 1.6.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 1.6.3. Autoestima y lenguaje emocional

1.7. Capital relacional: Coworking

- 1.7.1. Gestión del Capital Humano
- 1.7.2. Análisis del rendimiento
- 1.7.3. Gestión de la igualdad y diversidad
- 1.7.4. Innovación en la gestión de personas

1.8. Gestión del tiempo

- 1.8.1. Planificación, organización y control
- 1.8.2. Metodología de la gestión del tiempo
- 1.8.3. Planes de acción
- 1.8.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

1.9. Teoría de juegos

1.10. Gestión del cambio estratégico

Módulo 2. Organización, personas y cultura organizativa

2.1. Las organizaciones, tipología y aspectos clave

- 2.1.1. Taxonomía de organizaciones según tamaño/escala y funciones Gran Corporación vs. Mediana empresa
- 2.1.2. Caso particular: *Start up*

2.2. La función de Recursos Humanos

- 2.2.1. Enclave en la organización
- 2.2.2. Principales condicionantes de la función de RR.HH
 - 2.2.2.1. Legales
 - 2.2.2.2. Organizativos
 - 2.2.2.3. Talento
- 2.2.3. Principales atribuciones

2.3. Departamentos internos

- 2.3.1. Gestión del talento
- 2.3.2. Gestión del rendimiento
- 2.3.3. Formación y Desarrollo
- 2.3.4. Cultura Corporativa

2.4. Dimensionamiento de departamentos

- 2.4.1. Cadena de Valor
- 2.4.2. Gap análisis personas – puestos
- 2.4.3. Volumen de trabajo y dimensionamiento
- 2.4.4. Palancas de eficiencia
 - 2.4.4.1. Redefinición del catálogo de servicios
 - 2.4.4.2. Consolidación
 - 2.4.4.3. Automatización
 - 2.4.4.4. Outsourcing

2.5. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 2.5.1. La productividad
- 2.5.2. Palancas para productividad
- 2.5.3. Palancas de atracción, retención y atracción de talento

2.6. Compensación monetaria vs. No monetaria

- 2.6.1. Modelos de bandas salariales
- 2.6.2. Modelos de compensación no monetaria
 - 2.6.2.1. Modelo de trabajo
 - 2.6.2.2. Comunidad corporativa
 - 2.6.2.3. Imagen de la empresa
- 2.6.3. Compensación monetaria vs. No monetaria

2.7. Cultura Corporativa

- 2.7.1. Alineamiento de Cultura y objetivos estratégicos
- 2.7.2. Estructura de un proyecto tipo
- 2.7.3. La Cultura Corporativa y su implementación

2.8. Gestión del Cambio

- 2.8.1. Componentes de análisis en la gestión del cambio
- 2.8.2. Importancia de la gestión del cambio en proyectos complejos
- 2.8.3. Estructura de un proyecto tipo

2.9. Transformación en entornos corporativos complejos

- 2.9.1. La Transformación
- 2.9.2. Estructura de un proyecto tipo
- 2.9.3. Facilitadores de la transformación

2.10. Transformación vs. Gestión del Cambio

- 2.10.1. Principales diferencias en proyecto
- 2.10.2. Rol gestor del cambio vs. Gestor de la Transformación
- 2.10.3. Herramientas de gestión

Módulo 3. Finanzas corporativas I

3.1. Introducción a las Finanzas Corporativas

- 3.1.1. El entorno financiero de la empresa
 - 3.1.1.1. El objetivo financiero de la empresa
 - 3.1.1.2. Las necesidades financieras de la empresa
- 3.1.2. El papel de la dirección financiera

3.2. La inversión en la empresa

- 3.2.1. Clasificación de las inversiones en la empresa
- 3.2.2. Fases para analizar las inversiones

3.3. Evaluación de inversiones

- 3.3.1. Evaluación de inversiones: VAN, TIR y Recuperación
 - 3.3.1.1. El criterio del Valor Anual Neto (VAN)
 - 3.3.1.2. El criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR)
 - 3.3.1.3. La aceptación y ordenación de proyectos de inversión según los criterios del VAN y la TIR
 - 3.3.1.4. El criterio del plazo de recuperación (Recuperación)

3.4. Análisis de las variables que intervienen en la toma de decisiones de inversión

- 3.4.1. Criterios para la determinación de los flujos de caja
 - 3.4.1.1. Criterios para la construcción de los flujos de caja
 - 3.4.1.2. Estructura general para la construcción de los flujos de caja
 - 3.4.1.3. Clasificación de los flujos de caja
 - 3.4.1.4. El valor residual o de desecho

3.5. La financiación de la empresa

- 3.5.1. Fuentes de financiación
- 3.5.2. Tipos de coste en la financiación
 - 3.5.2.1. El coste del capital propio
 - 3.5.2.2. El coste de la deuda
 - 3.5.2.3. El coste medio ponderado de capital (WACC) en la valoración de proyectos de inversión

3.6. La estructura de capital

- 3.6.1. Capital óptimo, accionistas y los impuestos
 - 3.6.1.1. La estructura capital: teorías y conceptos
 - 3.6.1.2. Maximización del valor de la empresa frente a maximización de los intereses de los accionistas
 - 3.6.1.3. La influencia de los impuestos en la decisión de estructura de capital
 - 3.6.1.4. Límites de uso de deuda

3.7. Valoración de bonos

- 3.7.1. Estrategias de Inversión en bonos
 - 3.7.1.1. Conceptos, clasificación y estrategias de inversión en bonos
 - 3.7.1.2. Comportamiento de los tipos de interés de mercado
 - 3.7.1.3. Modelo básico de valoración de bonos
 - 3.7.1.4. Medidas de rendimiento y retorno

3.8. Valoración de acciones

- 3.8.1. Mercado de valores
- 3.8.2. Valoración de acciones

3.9. Inversiones con riesgo

- 3.9.1. Clasificación del riesgo
- 3.9.2. La Cartera de inversión óptima de Markowitz
- 3.9.3. El riesgo y la rentabilidad. El modelo CAPM

Módulo 4. Finanzas corporativas II

4.1. La visión estratégica de las finanzas corporativas

- 4.1.1. Estrategias de finanzas corporativas en un mundo globalizado
- 4.1.2. Apalancamiento operativo y apalancamiento operativo
 - 4.1.2.1. Apalancamiento operativo
 - 4.1.2.2. Apalancamiento financiero

4.2. La política de pago de dividendos

- 4.2.1. La política de dividendos

4.3. Los tipos de deuda

- 4.3.1. Financiación interna
 - 4.3.1.1. A corto plazo
 - 4.3.1.2. A largo plazo
- 4.3.2. Financiación externa
 - 4.3.2.1. A corto plazo
 - 4.3.2.2. A largo plazo

4.4. La autofinanciación en la empresa

- 4.4.1. Tipos de autofinanciación
 - 4.4.1.1. Autofinanciación de mantenimiento o reposición
 - 4.4.1.2. La autofinanciación por enriquecimiento
 - 4.4.1.3. Ventajas e inconvenientes de la autofinanciación
 - 4.4.1.4. El efecto multiplicador de la autofinanciación

4.5. Estados financieros y uso de razones financieras

- 4.5.1. Importancia de los estados financieros
 - 4.5.1.1. El informe para los accionistas
 - 4.5.1.2. El uso de razones financieras
 - 4.5.1.2.1. Las razones de liquidez
 - 4.5.1.2.2. Las razones de actividad
 - 4.5.1.2.3. Las razones de endeudamiento
 - 4.5.1.2.4. Las razones de rentabilidad
 - 4.5.1.2.5. Las razones de mercado

4.6. Inversiones con riesgo

- 4.6.1. Clasificación del riesgo
 - 4.6.1.1. Medida y clasificación del riesgo
 - 4.6.1.2. La beta
 - 4.6.1.3. La teoría de carteras de Markowitz
 - 4.6.1.4. El índice de Sharpe
 - 4.6.1.5. El riesgo y la rentabilidad. El modelo CAPM

4.7. Fusiones y adquisiciones

- 4.7.1. Motivaciones de las fusiones y adquisiciones
- 4.7.2. Fórmulas financieras para la adquisición de empresas
 - 4.7.2.1. El proceso de la adquisición
 - 4.7.2.2. El proceso de fusión

4.8. Gobierno corporativo

- 4.8.1. Gobierno corporativo objetivo y funciones
 - 4.8.1.1. El gobierno corporativo y los costes de agencia
 - 4.8.1.2. Vigilancia por el consejo de administración
 - 4.8.1.3. Políticas de compensación
 - 4.8.1.4. Administración del conflicto de agencia

4.9. Finanzas corporativas internacionales

- 4.9.1. Mercados de capitales
 - 4.9.1.1. Integrados internacionalmente
 - 4.9.1.2. Segmentados internacionalmente
- 4.9.2. El riesgo de tipo de cambio
- 4.9.3. La valoración y los gravámenes internacionales

Módulo 5. Finanzas internacionales

5.1. Business & International Strategy

- 5.1.1. Internacionalización
- 5.1.2. Globalización
- 5.1.3. *Growth & Development in Emerging Markets*
- 5.1.4. Sistema monetario internacional

5.2. Mercado de divisas

- 5.2.1. Operaciones con divisas
- 5.2.2. El mercado anticipado de divisas
- 5.2.3. Instrumentos derivados para la cobertura del riesgo del tipo cambio y tipo de interés
- 5.2.4. Apreciación y depreciación de la moneda

5.3. Medios de pago y cobro internacionales

- 5.3.1. Billetes, Cheque personal y Cheque bancario
- 5.3.2. Transferencia, Orden de pago y Remesa
- 5.3.3. Cláusulas y créditos documentarios
- 5.3.4. Factorización, permuta internacional y otros medios

5.4. Financiación de operaciones en mercados internacionales

- 5.4.1. Incoterms
- 5.4.2. Instrumentos derivados para la cobertura de posibles fluctuaciones del precio de las materias primas
- 5.4.3. Créditos a la exportación con apoyo oficial
- 5.4.4. Cobertura con contratos de intercambio (Swap)
- 5.4.5. El consenso OCDE

5.5. Instituciones financieras internacionales

- 5.5.1. El fondo para la internacionalización de la empresa
- 5.5.2. El Grupo del Banco Mundial
- 5.5.3. El Banco Interamericano de Desarrollo
- 5.5.4. El Banco de Desarrollo del Caribe

5.6. Formación de las tasas de cambio

- 5.6.1. Teoría de la paridad de las tasas de interés
- 5.6.2. Teoría de las expectativas de los tipos de cambio
- 5.6.3. Teoría de la paridad del poder adquisitivo (PPA)
- 5.6.4. Equilibrio del mercado de capitales

5.7. Programas de conversión de deuda

- 5.7.1. Marco legal
- 5.7.2. Funcionamiento
- 5.7.3. Conversión de Deuda en Inversiones Públicas
- 5.7.4. Conversión de Deuda en Inversiones Privadas

5.8. Mercado bursátil internacional

- 5.8.1. Mercado Wall Street (New York)
- 5.8.2. Mercado del oro
- 5.8.3. Deuda externa mundial
- 5.8.4. Club de París
- 5.8.5. Mercado de títulos ADR y GDR

Módulo 6. Dirección internacional de personas y gestión de la diversidad

6.1. Gestión del talento en compañías internacionales

- 6.1.1. Visión global de la gestión del talento
- 6.1.2. El mapa de talento de la organización
- 6.1.3. Tendencias culturales y de internacionalización
- 6.1.4. Internacionalización de la Gestión del Talento

6.2. Gestión de carreras internacionales

- 6.2.1. El perfil del profesional internacional
- 6.2.2. *Global Mobility*
- 6.2.3. Gestión de Expatriados

6.3. Gestión de la diversidad

- 6.3.1. Trabajar con la diversidad
- 6.3.2. Diversidad, RSC y *Coaching*
- 6.3.3. Gestión de la igualdad y diversidad
- 6.3.4. Gestión de equipos multiculturales

6.4. Nuevo marco de relaciones laborales

- 6.4.1. Reforma Laboral
- 6.4.2. La negociación del convenio colectivo
- 6.4.3. Relaciones estratégicas con los sindicatos
- 6.4.4. Relaciones laborales y reestructuraciones empresariales

6.5. HR marketing: una visión internacional

- 6.5.1. *Employer Branding*
- 6.5.2. *HR Customer Experience*

6.6. Multinacionales y derechos humanos

- 6.6.1. Globalización, derechos humanos y empresas multinacionales
- 6.6.2. Multinacionales frente al Derecho Internacional
- 6.6.3. Instrumentos jurídicos específicos

6.7. Gestión de la expatriación

- 6.7.1. Gestión del proceso de expatriación
- 6.7.2. La repatriación
- 6.7.3. Competencias individuales para el éxito en destinos internacionales

6.8. Retribución de los expatriados

- 6.8.1. Retribución económica
- 6.8.2. Lugar y moneda de pago
- 6.8.3. Políticas de impuestos

Módulo 7. Gestión de operaciones Internacionales

7.1. Visión general. Comercio Internacional	7.2. Análisis de mercados internacionales	7.3. Enfoque en presencia en mercados exteriores y comercio electrónico	7.4. Proteccionismo comercial: aduanas
7.5. Cooperación internacional respecto a medidas no arancelarias	7.6. Fórmulas contractuales	7.7. Flujos de Inversión directa en el exterior	7.8. Análisis de los INCOTERMS de la CCI
7.9. Gestión de la cadena logística Internacional	7.10. Marketing Internacional		

Módulo 8. Marketing y ventas internacionales

8.1. La función de marketing y ventas internacionales 8.1.1. Marketing y posicionamiento 8.1.2. Relación entre marketing y ventas 8.1.3. La venta en la consultoría	8.2. Convertir una idea en una propuesta para el mercado 8.2.1. El proceso 8.2.2. La oferta 8.2.3. Validación y viabilidad 8.2.4. Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM 8.2.5. El cliente target 8.2.6. Caso de mercado	8.3. Estructurando el proceso de venta 8.3.1. La estructura general en el proceso de venta 8.3.2. El <i>Funnel</i> de ventas 8.3.3. Fases e hitos de cada parte del proceso	8.4. El proceso de originación 8.4.1. Fuentes de originación 8.4.2. La oportunidad 8.4.3. Sigüientes pasos
8.5. Cualificando las oportunidades 8.5.1. El negocio de tu cliente 8.5.2. Cualificación de oportunidades: proceso y criterios 8.5.3. La importancia de generar valor	8.6. Interacción con los diferentes Stakeholders 8.6.1. El comprador y el resto de los intervinientes 8.6.2. Interacción con ellos: estrategias 8.6.3. Perfiles de interacción humanos: la importancia de ajustar el mensaje a la audiencia	8.7. Componentes clave de una propuesta 8.7.1. Estructura y contenido mínimo 8.7.2. Resumen ejecutivo 8.7.3. Gestión de alcances y riesgos	8.8. La importancia de la generación de valor en una propuesta al mercado 8.8.1. ¿Cómo hablar del valor? 8.8.2. Diferencia entre valor y precio 8.8.3. Distintos modelos de precios: implicaciones y riesgos
8.9. Proceso de negociación y cierre 8.9.1. Pasos habituales en una negociación 8.9.2. La importancia de generar alternativas 8.9.3. Gestión de riesgos y contractual	8.10. Liderazgo de un proceso de venta 8.10.1. Duración y gestión del proceso de venta 8.10.2. Tecnología en el proceso de venta 8.10.3. Seguimiento del proceso 8.10.4. La importancia del <i>Feedback</i>		

Módulo 9. Mercadotecnia Internacional

9.1. La investigación de mercados internacionales	9.2. Segmentación internacional	9.3. Posicionamiento internacional	9.4. Estrategias de producto en mercados internacionales
9.5. Precios y exportación	9.6. Calidad en marketing internacional	9.7. Promoción a nivel internacional	9.8. Distribución a través de canales internacionales

Módulo 10. Fiscalidad internacional

<p>10.1. Principios básicos de fiscalidad internacional</p> <p>10.1.1. Introducción a la fiscalidad internacional 10.1.2. Principio de residencia vs. Fuente 10.1.3. La doble imposición internacional, conceptos, clases y soluciones</p>	<p>10.2. Descripción de métodos para evitar la doble imposición</p> <p>10.2.1. Introducción 10.2.2. Método de exención 10.2.3. Método de imputación 10.2.4. Métodos para evitar la doble imposición en la legislación española</p>	<p>10.3. Naturaleza, objeto y ámbito de aplicación del IRNR. Elementos personales del IRNR</p> <p>10.3.1. Introducción. Naturaleza, objeto y ámbito de aplicación del IRNR 10.3.2. Contribuyentes y responsables del IRNR 10.3.3. Residencia 10.3.4. Representantes</p>	<p>10.4. Reglas generales IRNR</p> <p>10.4.1. Sujeción al impuesto. Hecho imponible 10.4.2. Rentas obtenidas en territorio español-artículo 13 LIRN 10.4.3. Rentas exentas-artículo 14 LIRNR</p>
<p>10.5. Tribuciones no residentes sin EP</p> <p>10.5.1. Base imponible. Composición y reglas específicas 10.5.2. Cuota tributaria. Tipos impositivos aplicables 10.5.3. Debe 10.5.4. Cálculo de la deuda tributaria 10.5.5. Diversidad de EPs. Periodo impositivo y devengo</p>	<p>10.6. Tributación real estate</p> <p>10.6.1. Concepto de real estate en la legislación española y en los CDIs 10.6.2. Tributación de las ganancias de capital obtenidas en la venta de real estate. Activos mobiliarios vs. Activos inmobiliarios 10.6.3. Tributación de las rentas obtenidas de bienes inmuebles 10.6.4. Gravamen especial sobre bienes inmuebles de entidades no residentes</p>	<p>10.7. Entidades régimen de atribución de rentas (ERAR)</p> <p>10.7.1. Introducción a las ERAR 10.7.2. ERAR constituidas en España, tributación de los miembros no residentes 10.7.3. ERAR constituidas en el extranjero</p>	<p>10.8. Comparativa no residente Unión Europea vs. RoW</p> <p>10.8.1. Dividendos, intereses, royalties, ganancias de capital 10.8.2. Base imponible. Reglas aplicables a residentes en la UE 10.8.3. Tipo impositivo aplicable</p>

Módulo 11. Planificación de proyectos

11.1. El proyecto y su relación con la dirección

- 11.1.1. El proyecto y la dirección de proyectos
 - 11.1.1.1. El proyecto
 - 11.1.1.2. La gestión
 - 11.1.1.3. El ciclo de vida
 - 11.1.1.4. Roles en la gestión de un proyecto
 - 11.1.1.5. Beneficios de la gestión de un proyecto

- 11.1.2. Tipología de proyectos
 - 11.1.2.1. Procesos
 - 11.1.2.2. Integración y Tecnología
 - 11.1.2.3. Estrategia
- 11.1.3. La organización de los proyectos

11.2. Consideraciones relevantes en la gestión de proyectos

- 11.2.1. PMBOK
 - 11.2.1.1. Aspectos relevantes
 - 11.2.1.2. Principales beneficios
- 11.2.2. *Value Realization Office*
 - 11.2.2.1. Aspectos relevantes
 - 11.2.2.2. Principales beneficios

- 11.2.3. *Waterfall*
 - 11.2.3.1. Aspectos relevantes
 - 11.2.3.2. Principales proyectos a los que está destinada esta metodología
 - 11.2.3.3. Principales beneficios
- 11.2.4. AGILE
 - 11.2.4.1. Aspectos relevantes
 - 11.2.4.2. Principales proyectos a los que está destinada esta metodología
 - 11.2.4.3. Principales beneficios

11.3. La Gestión del alcance y de expectativas

- 11.3.1. Plan de gestión del alcance
 - 11.3.1.1. El alcance
 - 11.3.1.2. Características principales
 - 11.3.1.3. Verificar el alcance
- 11.3.2. La gestión de expectativas
 - 11.3.2.1. Identificar las expectativas del cliente
 - 11.3.2.2. Matriz alcance vs. Expectativas
 - 11.3.2.3. Verificar y cerrar el alcance final
- 11.3.3. Riesgos y beneficios

11.4. La planificación del proyecto

- 11.4.1. La planificación de un proyecto
 - 11.4.1.1. Planificación de objetivos, actividades e hitos principales
 - 11.4.1.2. Planificación de entregables principales
 - 11.4.1.3. Herramientas de planificación (*Dashboard*)

- 11.4.2. La planificación del equipo
 - 11.4.2.1. Técnicas y herramientas de estimación de recursos (*Top-down, Bottom up, estimación Delphi, estimación paramétrica, etc.*)
 - 11.4.2.2. Estimación de los recursos: roles, responsabilidades y costes
 - 11.4.2.3. Plan de continuidad del servicio
- 11.4.3. La planificación del tiempo
 - 11.4.3.1. Secuenciación de las actividades
 - 11.4.3.2. Desarrollo del cronograma de trabajo
 - 11.4.3.3. Control del cronograma de trabajo

11.5. La Gestión del equipo (RR.HH)

- 11.5.1. Plan de equipo
 - 11.5.1.1. Plan de Personas
 - 11.5.1.2. Selección del equipo de proyecto
 - 11.5.1.3. Sistemas de evaluación al desempeño
- 11.5.2. Desarrollar el equipo de proyecto
 - 11.5.2.1. Adquisición del equipo
 - 11.5.2.2. Asignación del equipo al proyecto

- 11.5.3. Dirección del equipo de proyecto
 - 11.5.3.1. Necesidades de coordinar y dirigir al equipo de manera efectiva
 - 11.5.3.2. Herramientas de gestión del trabajo de los equipos de manera colaborativa
 - 11.5.3.3. Gestión de conflictos
 - 11.5.3.4. Plan de continuidad del servicio
 - 11.5.3.5. *Feedback* y evaluación del rendimiento del equipo

11.6. La Gestión de los Costes

- 11.6.1. Estimación de los costes
 - 11.6.1.1. Plan de Gestión de los costes
 - 11.6.1.2. Estimación de los costes del proyecto
 - 11.6.1.3. Técnicas y herramientas de gestión de los costes

- 11.6.2. El presupuesto
 - 11.6.2.1. Determinación del presupuesto
 - 11.6.2.2. Metodologías de selección de presupuestos
 - 11.6.2.3. Técnicas y herramientas para definición del presupuesto

- 11.6.3. Control de los costes
 - 11.6.3.1. Objetivos del control de los costes
 - 11.6.3.2. Medición del progreso de los costes del proyecto
 - 11.6.3.3. Técnicas y herramientas de control de costes

11.7. Gestión de las Comunicaciones Comunicación

- 11.7.1. Identificación de los agentes de interés (*Stakeholders*)
 - 11.7.1.1. Identificación de agentes internos y externos
 - 11.7.1.2. Identificación de expectativas de los agentes de interés
 - 11.7.1.3. Técnicas y herramientas de identificación y categorización de los interesados

- 11.7.2. El plan de Comunicación
 - 11.7.2.1. Identificación de mensajes principales para cada tipología de agente
 - 11.7.2.2. Identificación y definición de los principales canales de comunicación
 - 11.7.2.3. Análisis de requisitos de comunicación
 - 11.7.2.4. Tipología de comunicaciones: verbal-escrita / formal-informal
 - 11.7.2.5. Técnicas y herramientas de comunicación

- 11.7.3. Control de las acciones de comunicación
 - 11.7.3.1. Planificación de acciones (cronograma, recursos, plazos, resultados esperados, etc.)
 - 11.7.3.2. Herramientas de control de las acciones de comunicación
 - 11.7.3.3. Medición de los resultados de las acciones de comunicación

11.8. La Gestión de la Calidad

- 11.8.1. Análisis y control de calidad (*Quality Analysis - QA*)
 - 11.8.1.1. Gestión de la calidad
 - 11.8.1.2. Los alcances esperados
 - 11.8.1.3. Los indicadores (estándares) de medición de la calidad
- 11.8.2. Acciones de aseguramiento de la calidad
 - 11.8.2.1. Planificación de las actividades de revisión: informes mensuales, anuales, etc.
 - 11.8.2.2. Auditorías de calidad
 - 11.8.2.3. La mejora continua

11.8.3. Control de la calidad del proyecto
 11.8.3.1. Herramientas de *Feedback* de la calidad de los entregables
 11.8.3.2. Gestión de las conformidades y no conformidades de los entregables
 11.8.3.3. El "*Peer Review*" y sus principales beneficios
 11.8.3.4. Medición de la calidad de los entregables

11.9. La Gestión de Riesgos

11.9.1. La planificación de los riesgos
 11.9.1.1. Planificación de la gestión de riesgos
 11.9.1.2. Identificación de riesgos
 11.9.1.3. Herramientas de categorización de los riesgos

11.9.2. El seguimiento del plan de contingencia
 11.9.2.1. Análisis cuantitativos y cualitativos de riesgos
 11.9.2.2. Evaluación de la probabilidad e impactos
 11.9.2.3. Herramientas de monitorización

11.9.3. Monitorización y control de los riesgos
 11.9.3.1. Registro de riesgos: propietarios, acciones, síntomas, niveles de riesgos
 11.9.3.2. Planificación de las acciones de mitigación
 11.9.3.3. Auditoría y seguimiento de los riesgos
 11.9.3.4. Seguimiento de los resultados de los planes de acción implementados
 11.9.3.5. Re-evaluación del riesgo

11.10. Cierre del proyecto y la Gestión del Cambio

11.10.1. La Gestión del cambio
 11.10.1.1. La transferencia del conocimiento
 11.10.1.2. Fases de la transferencia del conocimiento
 11.10.1.3. La planificación de la transferencia de conocimiento: formación, materiales, etc

11.10.2. El cierre del proyecto
 11.10.2.1. Recopilación de la información
 11.10.2.2. El análisis final y principales conclusiones
 11.10.2.3. La Reunión de cierre
 11.10.2.4. El análisis de los siguientes pasos

11.10.3. El impacto del proyecto
 11.10.3.1. La importancia de la medición de los impactos obtenidos
 11.10.3.2. El Impacto dentro de la organización
 11.10.3.3. La gestión del impacto sobre el cliente

Módulo 12. Bussiness & Internacional Strategy

12.1. Business & International Strategy

12.1.1. Internacionalización
 12.1.2. *Growth & Development in Emerging Markets*
 12.1.3. Sistema monetario internacional

12.2. Dirección estratégica de negocios internacionales

12.2.1. La internacionalización en el nuevo orden mundial
 12.2.2. La influencia de la cultura en los negocios internacionales
 12.2.3. La selección de mercados y países
 12.2.4. Deslocalización y *Offshoring*

12.3. Estrategias de internacionalización

12.3.1. Razones y requisitos para la salida a mercados exteriores
 12.3.2. Alianzas estratégicas en el proceso de expansión internacional
 12.3.3. Formas de entrada en nuevos mercados internacionales

12.4. Decisiones de internacionalización

12.4.1. Estudios de mercado y toma de decisiones
 12.4.2. Elección de la localización y modo de operación
 12.4.3. Elección de la forma jurídica adecuada

12.5. Etapas del proceso de internacionalización

12.5.1. Análisis de demanda internacional
 12.5.2. Diagnóstico del potencial de exportación
 12.5.3. Planificación de la internacionalización
 12.5.4. Etapas en la exportación

12.6. Internacionalización según el tipo de empresa

12.6.1. Empresas de producto y empresas de servicio
 12.6.2. Empresas internacionalizadas y empresas multinacionales
 12.6.3. La pyme y su modelo de internacionalización

12.7. Obstáculos a la internacionalización

12.7.1. Restricciones legales
 12.7.2. Obstáculos logísticos, financieros y comerciales
 12.7.3. Obstáculos en la inversión directa

12.8. Cross-cultural Management

12.8.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
 12.8.2. La globalización en la gestión empresarial
 12.8.3. Liderazgo intercultural

07

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

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

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



Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA Internacional es un programa dirigido a profesionales del área de negocios internacionales que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de gestionar y dirigir sus empresas, y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforman el enfoque multidisciplinar de este programa.





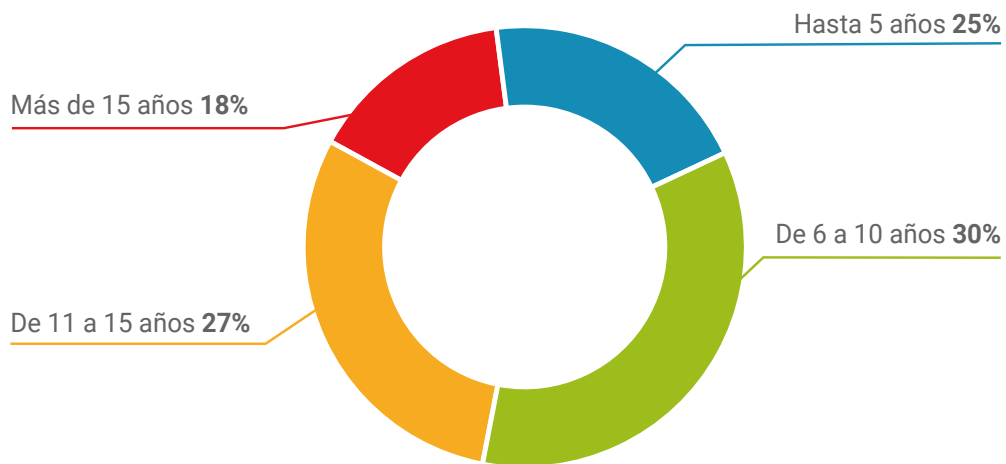
“

Nuestros alumnos son profesionales con experiencia que buscan una mejora laboral”

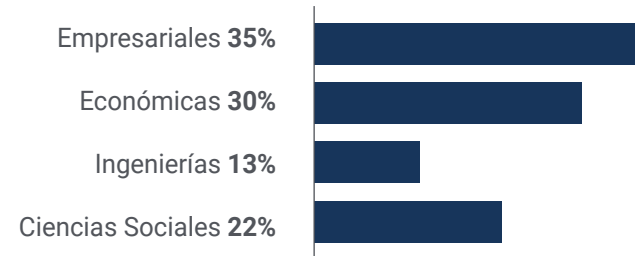
Edad media

Entre **35** y **45** años

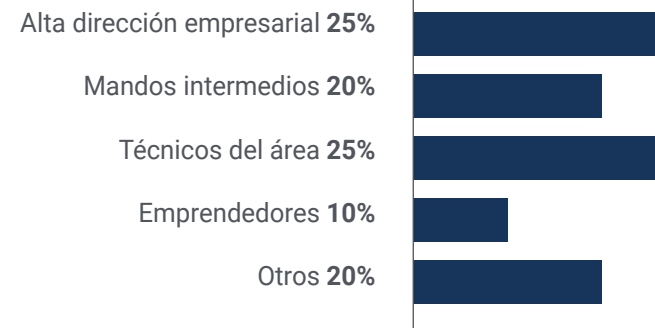
Años de experiencia



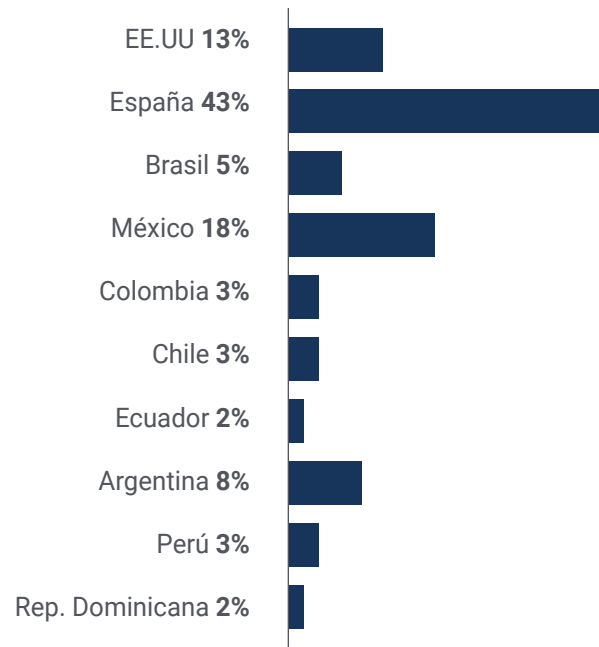
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Héctor Albereda

Business Manager EE.UU y Asia

“Los negocios internacionales requieren de una amplia especialización y conocimiento de las finanzas y mercados globalizados. Por ello, la actualización de los conocimientos es indispensable, ya que se trabaja en entornos altamente competitivos y en constante cambio. Por suerte, en TECH encontré este programa que recomiendo a todos los que deseen especializarse en este campo”

09

Impacto para tu carrera

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



“

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

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

El MBA Internacional de TECH es un programa intensivo que prepara a sus alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel internacional. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

Por ello, quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en TECH.

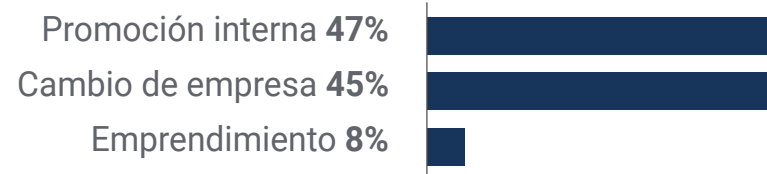
*Manéjate con éxito
en los negocios
internacionales y
alcanza los objetivos
de tu empresa.*

*Logra el cambio
profesional que mereces
con la realización de este
completísimo programa.*

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**



10

Beneficios para tu empresa

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



“

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

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

El directivo será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El directivo podrá trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o de Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

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

11

Titulación

El MBA Internacional garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

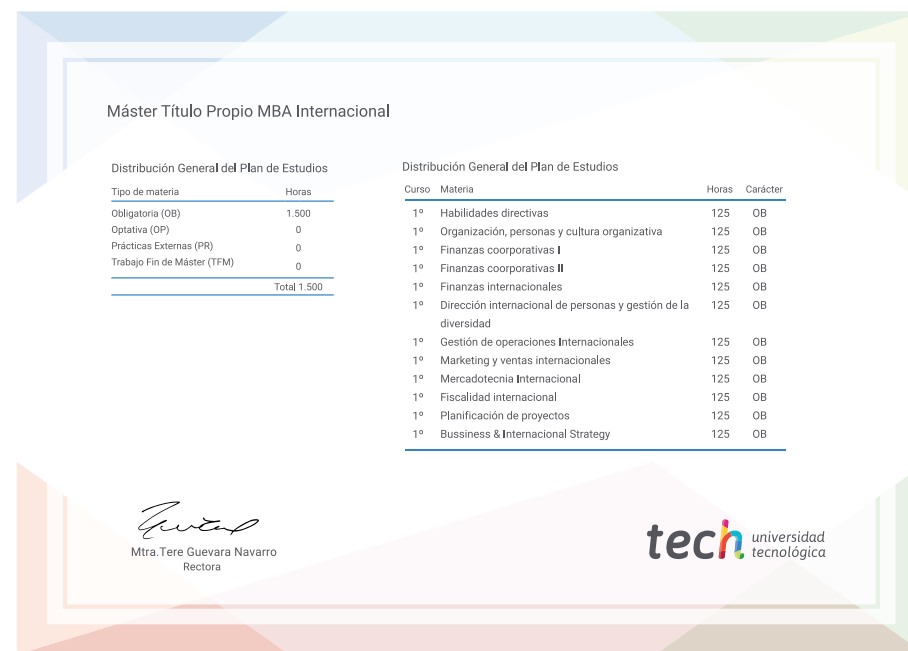
Este **MBA Internacional** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio emitido por TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio MBA Internacional**

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**



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



Máster Título Propio MBA Internacional

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

Máster Título Propio

MBA Internacional