

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

Aval/Membresía



tech
universidad



Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-empresas-videojuegos



Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 24

05

Salidas profesionales

pág. 30

06

Metodología de estudio

pág. 34

07

Cuadro docente

pág. 44

08

Titulación

pág. 64

01

Presentación del programa

El desarrollo de la industria de los Videojuegos ha transformado profundamente el panorama empresarial del entretenimiento digital. Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, este sector representa uno de los mercados creativos de mayor crecimiento global, con una expansión sostenida que supera los 180.000 millones de dólares anuales. En este contexto de constante innovación, TECH ha diseñado un programa universitario orientado a abordar los desafíos específicos de la Dirección de Empresas de Videojuegos. Asimismo, su metodología se apoya en material didáctico actualizado, accesible a través de una plataforma digital, con una estructura 100% online que favorece la capacitación autónoma y flexible.



66

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 Empresas en la industria de los Videojuegos está inmersa en un entorno caracterizado por la rápida evolución tecnológica y cambios constantes en las preferencias de los consumidores. Por ello, los expertos necesitan equilibrar la creatividad inherente al desarrollo de contenidos interactivos con la implementación de negocios sostenibles y competitivos. Solamente así, los profesionales serán capaces de fomentar una cultura organizacional que promueva la innovación, la adaptabilidad y la responsabilidad social para garantizar el crecimiento a largo plazo de las entidades.

Con el objetivo de facilitarles dicha labor, TECH presenta un revolucionario MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos. Por lo tanto, el itinerario académico profundizará en materias que comprenden desde la óptima gestión de los recursos en los proyectos de juegos interactivos o la incorporación de herramientas tecnológicas de vanguardia hasta los fundamentos del control financiero. Así, el alumnado obtendrá competencias estratégicas avanzadas para liderar iniciativas en el sector de los Videojuegos.

Posteriormente, en lo que respecta a la metodología, el programa universitario se basa en el disruptivo método *Relearning* de TECH, que garantiza la asimilación exhaustiva de conceptos complejos de manera progresiva. A su vez, lo único que requerirán los profesionales es tener un dispositivo electrónico con internet para acceder al Campus Virtual. En esta plataforma, encontrarán una variedad de recursos multimedia de apoyo presentes en formatos como los vídeos explicativos, casos de estudio reales o lecturas especializadas. En adición, el plan de estudios incluirá unas minuciosas Masterclasses a cargo de unos reconocidos Directores Invitados Internacionales.

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

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

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Dirección de Empresas de Videojuegos
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la Dirección de Empresas de Videojuegos
- 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 brindarán unas exclusivas Masterclasses para analizar las últimas tendencias en la Dirección de Empresas de Videojuegos”

“

Mediante la revolucionaria metodología *Relearning* de TECH, podrás ahondar en todos los contenidos de este programa universitario desde la comodidad de tu casa”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Dirección de Empresas de Videojuegos, 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 contextualizado, 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.

Profundizarás en las estrategias de marketing más vanguardistas para promocionar tus productos e impulsar la fidelización del público.

Contarás con una visión integral sobre la cadena de valor en la industria de los Videojuegos, desde la conceptualización o distribución hasta la comercialización.



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 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

Esta titulación universitaria de TECH proporcionará a los especialistas las claves para liderar Empresas de Videojuegos de manera exitosa. En este sentido, el plan de estudios ahondará en cuestiones que van desde el control financiero de los proyectos interactivos o la gestión de recursos hasta la implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa. Asimismo, el temario profundizará en las técnicas de comercialización de juegos más modernas para maximizar al alcance global de los productos y adaptarse a las demandas de los distintos mercados internacionales. Gracias a esto, los egresados garantizarán el crecimiento de las empresas a largo plazo.



66

Incorporarás herramientas tecnológicas emergentes para optimizar la creación de Videojuegos y garantizar su competitividad en el mercado"



Módulo 1. Estrategia en Empresas Digitales y Videojuegos

- 1.1. Empresas digitales y Videojuegos
 - 1.1.1. Componentes de la estrategia
 - 1.1.2. Ecosistema digital y del Videojuego
 - 1.1.3. Posicionamiento estratégico
- 1.2. El proceso estratégico
 - 1.2.1. Análisis estratégico
 - 1.2.2. Selección de alternativas estratégicas
 - 1.2.3. Implantación de la estrategia
- 1.3. Análisis estratégico
 - 1.3.1. Interno
 - 1.3.2. Externo
 - 1.3.3. Matriz DAFO y CAME
- 1.4. Análisis sectorial del Videojuego
 - 1.4.1. Modelo de las 5 fuerzas de Porter
 - 1.4.2. Análisis PESTEL
 - 1.4.3. Segmentación sectorial
- 1.5. Análisis posición competencial
 - 1.5.1. Crear y monetizar el valor estratégico
 - 1.5.2. La búsqueda de nicho vs. la segmentación del mercado
 - 1.5.3. La sustentabilidad del posicionamiento competitivo
- 1.6. Análisis del entorno económico
 - 1.6.1. Globalización e Internacionalización
 - 1.6.2. La inversión y el ahorro
 - 1.6.3. Indicadores de producción, productividad y empleo
- 1.7. Dirección estratégica
 - 1.7.1. Un marco para el análisis de la estrategia
 - 1.7.2. El análisis del entorno sectorial, recursos y capacidades
 - 1.7.3. Puesta en práctica de la estrategia
- 1.8. Formular la estrategia
 - 1.8.1. Estrategias corporativas
 - 1.8.2. Estrategias genéricas
 - 1.8.3. Estrategias de cliente

- 1.9. Implementación de la estrategia
 - 1.9.1. Planificación estratégica
 - 1.9.2. Comunicación y esquema de participación de la organización
 - 1.9.3. Gestión del cambio
- 1.10. Los nuevos negocios estratégicos
 - 1.10.1. Los océanos azules
 - 1.10.2. El agotamiento de la mejora incremental en la curva de valor
 - 1.10.3. Negocios de costo marginal cero

Módulo 2. Dirección de Empresas de Videojuegos

- 2.1. Sector y cadena de valor
 - 2.1.1. El valor en el sector del entretenimiento
 - 2.1.2. Elementos de la cadena de valor
 - 2.1.3. Relación entre cada uno de los elementos de la cadena de valor
- 2.2. Los desarrolladores de Videojuegos
 - 2.2.1. La propuesta conceptual
 - 2.2.2. Diseño creativo y argumento del Videojuego
 - 2.2.3. Tecnologías aplicables al desarrollo del Videojuego
- 2.3. Fabricantes de consolas
 - 2.3.1. Componentes
 - 2.3.2. Tipología y fabricantes
 - 2.3.3. Generación de consolas
- 2.4. Publishers
 - 2.4.1. Selección
 - 2.4.2. Gestión del desarrollo
 - 2.4.3. Generación de productos y servicios
- 2.5. Distribuidores
 - 2.5.1. Acuerdos con distribuidores
 - 2.5.2. Modelos de distribución
 - 2.5.3. La logística de distribución

- 2.6. Minoristas
 - 2.6.1. Minoristas
 - 2.6.2. Orientación y vinculación con el consumidor
 - 2.6.3. Servicios de asesoramiento
- 2.7. Fabricantes de accesorios
 - 2.7.1. Accesorios para el *gaming*
 - 2.7.2. Mercado
 - 2.7.3. Tendencias
- 2.8. Desarrolladores de *middleware*
 - 2.8.1. Middleware en la industria de los Videojuegos
 - 2.8.2. Desarrollo *middleware*
 - 2.8.3. *Middleware*: tipología
- 2.9. Perfiles profesionales del sector de los Videojuegos
 - 2.9.1. *Game designers* y programadores
 - 2.9.2. Modeladores y texturizadores
 - 2.9.3. Animadores e ilustradores
- 2.10. Los clubs profesionales de *eSports*
 - 2.10.1. El área administrativa
 - 2.10.2. El área deportiva
 - 2.10.3. El área de comunicación
- 3.3. Medios digitales
 - 3.3.1. Estrategia y planificación de medios
 - 3.3.2. *Display* y programática publicitaria
 - 3.3.3. Digital TV
- 3.4. *Search*
 - 3.4.1. Desarrollo y aplicación de una estrategia *search*
 - 3.4.2. SEO
 - 3.4.3. SEM
- 3.5. *Social media*
 - 3.5.1. Diseño, planificación y analítica en una estrategia de *social media*
 - 3.5.2. Técnicas de marketing en redes sociales horizontales
 - 3.5.3. Técnicas de marketing en redes sociales verticales
- 3.6. *Inbound marketing*
 - 3.6.1. *Funnel* del *inbound marketing*
 - 3.6.2. Generación de content marketing
 - 3.6.3. Captación y gestión de *leads*
- 3.7. *Account based marketing*
 - 3.7.1. Estrategia de marketing B2B
 - 3.7.2. Decisión *maker* y mapa de contactos
 - 3.7.3. Plan de *account based marketing*
- 3.8. Email marketing y *landing pages*
 - 3.8.1. Características del email marketing
 - 3.8.2. Creatividad y *landing pages*
 - 3.8.3. Campañas y acciones de email marketing
- 3.9. Automatización del marketing
 - 3.9.1. Marketing *automation*
 - 3.9.2. *Big data* y AI aplicado al marketing
 - 3.9.3. Principales soluciones del marketing *automation*
- 3.10. Métricas, KPI y ROI
 - 3.10.1. Principales métricas y KPI del marketing digital
 - 3.10.2. Soluciones y herramientas de medición
 - 3.10.3. Cálculo y seguimiento del ROI

Módulo 3. Marketing Digital y Transformación Digital del Videojuego

- 3.1. Estrategia en marketing digital
 - 3.1.1. *Customer centric*
 - 3.1.2. *Customer journey* y *funnel* de marketing
 - 3.1.3. Diseño y creación de un plan de marketing digital
- 3.2. Activos digitales
 - 3.2.1. Arquitectura y diseño web
 - 3.2.2. Experiencia usuario - CX
 - 3.2.3. *Mobile* marketing

Módulo 4. Creación de Empresas de Videojuegos

- 4.1. Emprendimiento
 - 4.1.1. Estrategia emprendedora
 - 4.1.2. El proyecto de emprendimiento
 - 4.1.3. Metodologías ágiles de emprendimiento
- 4.2. Innovaciones tecnológicas en el Videojuego
 - 4.2.1. Innovaciones en consolas y periféricos
 - 4.2.2. Innovación en *motion capture* y *live dealer*
 - 4.2.3. Innovación en gráficos y software
- 4.3. Plan de negocio
 - 4.3.1. Segmentos y propuesta de valor
 - 4.3.2. Procesos, recursos y alianzas claves
 - 4.3.3. Relación cliente y canales de interacción
- 4.4. Inversión
 - 4.4.1. Inversiones en la industria del Videojuego
 - 4.4.2. Aspectos críticos para la captura de inversiones
 - 4.4.3. Financiación *startups*
- 4.5. Finanzas
 - 4.5.1. Ingresos y eficiencias
 - 4.5.2. Gastos operativos y de capital
 - 4.5.3. La cuenta de resultados y el balance
- 4.6. Producción Videojuegos
 - 4.6.1. Herramientas de simulación de la producción
 - 4.6.2. Gestión programada de la producción
 - 4.6.3. Gestión del control de la producción
- 4.7. Gestión de operaciones
 - 4.7.1. Diseño, localización y mantenimiento
 - 4.7.2. Gestión de la calidad
 - 4.7.3. Gestión de inventarios y de la cadena de suministros
- 4.8. Nuevos modelos de distribución online
 - 4.8.1. Modelos de logística online
 - 4.8.2. Entrega directa online y SaaS
 - 4.8.3. *Dropshipping*

4.9. Sostenibilidad

- 4.9.1. Creación de valor sostenible
 - 4.9.2. ASG (ambientales, sociales y de gobierno)
 - 4.9.3. Sostenibilidad en la estrategia
- 4.10. Aspectos jurídicos
 - 4.10.1. Propiedad intelectual
 - 4.10.2. Propiedad industrial
 - 4.10.3. RGPD

Módulo 5. Gestión de Proyectos

- 5.1. Ciclo de vida de un proyecto de Videojuegos
 - 5.1.1. Fase conceptual y preproducción
 - 5.1.2. Fase de producción y las fases finales
 - 5.1.3. Fase postproducción
- 5.2. Proyectos de Videojuego
 - 5.2.1. Géneros
 - 5.2.2. *Serious games*
 - 5.2.3. Subgéneros y nuevos géneros
- 5.3. Arquitectura de un proyecto de Videojuegos
 - 5.3.1. Arquitectura interna
 - 5.3.2. Relación entre elementos
 - 5.3.3. Visión holística del Videojuego
- 5.4. Los Videojuegos
 - 5.4.1. Aspectos lúdicos en los Videojuegos
 - 5.4.2. Diseño de Videojuegos
 - 5.4.3. Gamificación
- 5.5. La técnica del Videojuego
 - 5.5.1. Elementos internos
 - 5.5.2. Motores de los Videojuegos
 - 5.5.3. Influencia de la técnica y el marketing en el diseño
- 5.6. Concepción, lanzamiento y ejecución de proyectos
 - 5.6.1. Desarrollo previo
 - 5.6.2. Fases del desarrollo de Videojuegos
 - 5.6.3. La involucración del consumidor en el desarrollo

- 5.7. Gestión de la organización de un proyecto de Videojuegos
 - 5.7.1. El equipo de desarrollo y *publisher*
 - 5.7.2. Equipo de operaciones
 - 5.7.3. Equipo de ventas y marketing
- 5.8. Manuales para el desarrollo de Videojuegos
 - 5.8.1. Manual de diseño y técnica del Videojuego
 - 5.8.2. Manual del desarrollador de Videojuegos
 - 5.8.3. Manual de requerimientos y especificación técnicas
- 5.9. Publicación y marketing de Videojuegos
 - 5.9.1. Preparación *kick off* del Videojuego
 - 5.9.2. Canales de comunicación digitales
 - 5.9.3. *Delivery, progreso y seguimiento del éxito*
- 5.10. Metodologías ágiles aplicables a proyectos de Videojuegos
 - 5.10.1. *Design and visual thinking*
 - 5.10.2. *Lean startup*
 - 5.10.3. *Scrum development and sales*

Módulo 6. Innovación

- 6.1. Estrategia e innovación
 - 6.1.1. Innovación en Videojuegos
 - 6.1.2. Gestión de la innovación en Videojuegos
 - 6.1.3. Modelos de Innovación
- 6.2. Talento innovador
 - 6.2.1. La implantación de la cultura de la innovación en las organizaciones
 - 6.2.2. Talento
 - 6.2.3. Mapa de cultura de la innovación
- 6.3. La dirección y gestión del talento en la economía digital
 - 6.3.1. Ciclo de vida del talento
 - 6.3.2. Captación - condicionantes generacionales
 - 6.3.3. Retención: *engagement, fidelización, evangelistas*
- 6.4. Modelos de negocio en la innovación de Videojuegos
 - 6.4.1. La innovación en los modelos de negocio
 - 6.4.2. Herramientas de innovación al negocio
 - 6.4.3. *Business model navigator*

- 6.5. Dirección de proyectos de innovación
 - 6.5.1. Cliente y proceso de innovación
 - 6.5.2. Diseño de la propuesta de valor
 - 6.5.3. Organizaciones exponenciales
- 6.6. Metodologías ágiles en innovación
 - 6.6.1. Metodología *design thinking y lean startup*
 - 6.6.2. Modelos ágiles de dirección de proyectos: Kanban y Scrum
 - 6.6.3. *Lean Canvas*
- 6.7. Gestión de validación de la innovación
 - 6.7.1. Prototipado (PMV)
 - 6.7.2. Validación del cliente
 - 6.7.3. Pivatar o preservar
- 6.8. Innovación en procesos
 - 6.8.1. Oportunidades de innovación en procesos
 - 6.8.2. *Time-to-market, reducción tareas de no valor y eliminación de defectos*
 - 6.8.3. Herramientas metodológicas para la Innovación en procesos
- 6.9. Tecnología disruptivas
 - 6.9.1. Tecnologías de hibridación físico – digital
 - 6.9.2. Tecnologías en comunicación y tratamiento de datos
 - 6.9.3. Tecnologías de aplicación en gestión
- 6.10. El retorno de la inversión en innovación
 - 6.10.1. Estrategias de monetización de datos y activos de innovación
 - 6.10.2. El ROI de la innovación. Enfoque general
 - 6.10.3. Embudos

Módulo 7. Gestión Financiera

- 7.1. Contabilidad
 - 7.1.1. Contabilidad
 - 7.1.2. Las cuentas anuales y otros informes
 - 7.1.3. Inmovilizado material, inversiones inmobiliarias e inmovilizado intangible
- 7.2. Gestión financiera
 - 7.2.1. Instrumentos financieros
 - 7.2.2. Finanzas corporativas y administración financiera
 - 7.2.3. Finanzas para emprendedores

- 7.3. Análisis de estados financieros
 - 7.3.1. Análisis de los estados financieros
 - 7.3.2. Análisis de la liquidez y la solvencia
 - 7.3.3. Gestión de tesorería
- 7.4. Operaciones financieras
 - 7.4.1. Operaciones financieras
 - 7.4.2. Gestión de la inversión
 - 7.4.3. Criterios de elección de inversiones ciertas
- 7.5. El sistema financiero
 - 7.5.1. El sistema financiero
 - 7.5.2. Estructura y funcionamiento del sistema financiero
 - 7.5.3. El mercado de valores
- 7.6. Control de gestión
 - 7.6.1. Control de gestión
 - 7.6.2. Centros de responsabilidad
 - 7.6.3. Sistemas de costes
- 7.7. Control presupuestario
 - 7.7.1. El proceso presupuestario
 - 7.7.2. Organización y gestión presupuestaria
 - 7.7.3. Control presupuestario
- 7.8. Gestión de tesorería
 - 7.8.1. *Cash management* y el presupuesto de tesorería
 - 7.8.2. Cobros de las operaciones comerciales
 - 7.8.3. Pago de las operaciones comerciales
- 7.9. Financiación de empresas
 - 7.9.1. Ventajas, inconvenientes e implicaciones de la deuda
 - 7.9.2. Elección de la estructura de capital en la empresa
 - 7.9.3. Cambios en la estructura de capital
- 7.10. Valoración de empresas
 - 7.10.1. Métodos contables y valor de negocio
 - 7.10.2. Activos y deuda
 - 7.10.3. Diagnóstico de valoración de empresas y presentación a inversores

Módulo 8. Dirección Comercial

- 8.1. Modelos de organización comercial
 - 8.1.1. El departamento comercial
 - 8.1.2. Herramientas del departamento comercial
 - 8.1.3. La fuerza de ventas
- 8.2. Objetivos comerciales
 - 8.2.1. Planificación comercial
 - 8.2.2. Previsiones y presupuestos
 - 8.2.3. Presupuesto comercial
- 8.3. Previsión comercial
 - 8.3.1. Rentabilidad del departamento comercial
 - 8.3.2. Previsión de ventas
 - 8.3.3. Control de la actividad comercial
- 8.4. Nuevos modelos relacionales
 - 8.4.1. La comercialización en los nuevos modelos de negocio
 - 8.4.2. La personalización como principal *driver* de la relación con los clientes
 - 8.4.3. El desarrollo de la experiencia del cliente
- 8.5. La venta consultiva
 - 8.5.1. Psicología de la venta
 - 8.5.2. La comunicación persuasiva
 - 8.5.3. Introducción y evolución de los métodos de venta
- 8.6. Modalidades de venta
 - 8.6.1. La venta *retail* o B2C
 - 8.6.2. La venta externa B2B
 - 8.6.3. La venta onLine
- 8.7. *Digital social selling*
 - 8.7.1. *Social selling*
 - 8.7.2. La actitud social: crear red de contactos
 - 8.7.3. Proceso de captación de un nuevo cliente utilizando *social media*
- 8.8. Metodologías de *digital sales*
 - 8.8.1. Principales metodologías ágiles en el *digital sales*
 - 8.8.2. *Scrum Sales, Neat selling, snap selling, spin selling, etc.*
 - 8.8.3. *Inbound sales B2B y account based marketing*

- 8.9. El soporte del marketing en el área comercial
 - 8.9.1. Gestión del marketing
 - 8.9.2. El valor del marketing digital (B2C/B2B)
 - 8.9.3. Gestión del marketing mix en el área comercial
- 8.10. Organización y planificación del trabajo del vendedor
 - 8.10.1. Zonas y rutas de venta
 - 8.10.2. Gestión del tiempo y dirección de reuniones
 - 8.10.3. Análisis y toma de decisiones

Módulo 9. Gestión de eSports

- 9.1. La industria del eSports
 - 9.1.1. *eSports*
 - 9.1.2. Actores de la Industria del eSports
 - 9.1.3. El modelo de negocio y el mercado del eSports
- 9.2. La gestión de los clubes de eSports
 - 9.2.1. La importancia de los clubes en eSports
 - 9.2.2. Creación de clubes
 - 9.2.3. Administración y gestión de los clubes de eSports
- 9.3. La relación eGamers
 - 9.3.1. El rol del jugador
 - 9.3.2. Habilidades y competencias del jugador
 - 9.3.3. Jugadores como embajadores de marca
- 9.4. Las competiciones y los eventos
 - 9.4.1. El *delivery* en eSports: competiciones y eventos
 - 9.4.2. La gestión del evento y los campeonatos
 - 9.4.3. Los principales campeonatos locales, regionales, nacionales y globales
- 9.5. La gestión del patrocinio en los eSports
 - 9.5.1. La gestión del patrocinio en eSports
 - 9.5.2. Tipos de patrocinios en eSports
 - 9.5.3. El acuerdo de patrocinio eSports
- 9.6. La gestión de la publicidad en el eSports
 - 9.6.1. *Advergaming*: nuevo formato publicitario
 - 9.6.2. El *branded content* en eSports
 - 9.6.3. Los eSports como estrategia comunicativa

- 9.7. El marketing en la gestión del eSports
 - 9.7.1. La gestión del *owned media*
 - 9.7.2. La gestión del *paid media*
 - 9.7.3. Especial foco en el *social media*
- 9.8. Influencer marketing
 - 9.8.1. Marketing *influencer*
 - 9.8.2. La gestión de audiencia y su impacto en eSports
 - 9.8.3. Modelos de negocio en el Influencer marketing
- 9.9. Merchant
 - 9.9.1. La venta de servicios y productos asociados
 - 9.9.2. El *merchandising*
 - 9.9.3. El comercio electrónico y los *market places*
- 9.10. Métricas y KPI del eSports
 - 9.10.1. Métricas
 - 9.10.2. Los *KPI* de progreso y de éxito
 - 9.10.3. Mapa estratégico de objetivos e indicadores

Módulo 10. Liderazgo y Gestión del Talento

- 10.1. Empresa, organización y Recursos Humanos
 - 10.1.1. Organización y estructura organizacional
 - 10.1.2. La dirección estratégica
 - 10.1.3. Análisis y organización del trabajo
- 10.2. La gestión de Recursos Humanos en la empresa
 - 10.2.1. La organización en los Recursos Humanos
 - 10.2.2. Canales de reclutamiento
 - 10.2.3. Candidaturas en el sector de los Videojuegos
- 10.3. Liderazgo personal y profesional
 - 10.3.1. Líderes y procesos de liderazgo
 - 10.3.2. La autoridad de la comunicación
 - 10.3.3. Negociación con el éxito y el fracaso
- 10.4. Gestión del conocimiento y gestión del talento
 - 10.4.1. Gestión estratégica del talento
 - 10.4.2. Tecnologías aplicadas a la gestión de Recursos Humanos
 - 10.4.3. Modelos de innovación en Recursos Humanos

- 10.5. La gestión del conocimiento como clave en el crecimiento de la empresa
 - 10.5.1. Objetivos generales de la gestión del conocimiento
 - 10.5.2. Estructura de los sistemas de gestión del conocimiento y flujos
 - 10.5.3. Procesos en la gestión del conocimiento
- 10.6. *Coaching y mentoring*
 - 10.6.1. PNL
 - 10.6.2. *Coaching y mentoring*
 - 10.6.3. Procesos
- 10.7. Nuevas formas de liderazgo en entornos VUCA
 - 10.7.1. Gestión individual del cambio
 - 10.7.2. Gestión del cambio organizativo
 - 10.7.3. Herramientas
- 10.8. Gestión de la diversidad
 - 10.8.1. La incorporación de las nuevas generaciones en el liderazgo
 - 10.8.2. Liderazgo femenino
 - 10.8.3. Gestión de la multiculturalidad
- 10.9. Líder coach
 - 10.9.1. Las habilidades del líder coach
 - 10.9.2. *Feedback y feedforward*
 - 10.9.3. El reconocimiento
- 10.10. Adaptación a las nuevas tecnologías
 - 10.10.1. Actitud
 - 10.10.2. Conocimiento
 - 10.10.3. Seguridad
- 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. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.6.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
 - 11.6.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.6.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.7.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.7.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.7.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.7.4. Herramientas y estándares de la RSC
 - 11.8. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.8.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.8.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.8.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
 - 11.9. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.9.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.9.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.9.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
 - 12.1.1. Dirección Estratégica y Recursos Humanos
 - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.2.1. Análisis del potencial
 - 12.2.2. Política de retribución
 - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.3.1. La gestión del rendimiento
 - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
 - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 12.4.3. Fidelización y retención
 - 12.4.4. Proactividad e innovación
- 12.5. Motivación
 - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
 - 12.5.2. La teoría de las expectativas
 - 12.5.3. Teorías de las necesidades
 - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
 - 12.7.1. Gestión del cambio
 - 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.8. Negociación y gestión de conflictos
 - 12.8.1. Negociación
 - 12.8.2. Gestión de conflictos
 - 12.8.3. Gestión de crisis

- 12.9. Comunicación directiva
 - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.9.2. Departamentos de Comunicación
 - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del *Dircom*
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.10.1. La productividad
 - 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección Económico - Financiera

- 13.1. Entorno Económico
 - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 13.1.2. Instituciones financieras
 - 13.1.3. Mercados financieros
 - 13.1.4. Activos financieros
 - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 13.2.1. Fundamentos y clasificación
 - 13.2.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 13.2.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.3. Dirección financiera
 - 13.3.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.3.2. El departamento financiero
 - 13.3.3. Excedentes de tesorería
 - 13.3.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.3.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 13.4. Planificación financiera
 - 13.4.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.4.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.4.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.4.4. El cuadro Cash Flow
 - 13.4.5. El cuadro de circulante

13.5. Estrategia Financiera Corporativa

13.5.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación

13.5.2. Productos financieros de financiación empresarial

13.6. Financiación Estratégica

13.6.1. La autofinanciación

13.6.2. Ampliación de fondos propios

13.6.3. Recursos Híbridos

13.6.4. Financiación a través de intermediarios

13.7. Análisis y resolución de casos/problemas

13.7.1. 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 empresa14.3. Gestión Estratégica del *Marketing*14.3.1. Concepto de *Marketing* estratégico14.3.2. Concepto de planificación estratégica de *Marketing*14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de *Marketing*

14.4. Gestión de campañas digitales

14.4.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?

14.4.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online

14.4.3. Errores de las campañas de publicidad digital

14.5. Estrategia de ventas

14.5.1. Estrategia de ventas

14.5.2. Métodos de ventas

14.6. Comunicación Corporativa

14.6.1. Concepto

14.6.2. Importancia de la comunicación en la organización

14.6.3. Tipo de la comunicación en la organización

14.6.4. Funciones de la comunicación en la organización

14.6.5. Elementos de la comunicación

14.6.6. Problemas de la comunicación

14.6.7. Escenarios de la comunicación

14.7. Comunicación y reputación digital

14.7.1. Reputación online

14.7.2. ¿Cómo medir la reputación digital?

14.7.3. Herramientas de reputación online

14.7.4. Informe de reputación online

14.7.5. *Branding* online**Módulo 15. Management Directivo**

15.1. General Management

15.1.1. Concepto de General Management

15.1.2. La acción del Manager General

15.1.3. El Director General y sus funciones

15.1.4. Transformación del trabajo de la dirección

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

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

15.3. 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

“

Destacarás por tu dominio estratégico de las tendencias del sector, las motivaciones de los jugadores y los cambios que definen la competencia en la industria de los videojuegos”

04

Objetivos docentes

Esta completísima titulación universitaria brindará a los profesionales las claves para gestionar de forma eficiente Empresas de Videojuegos. A su vez, el alumnado obtendrá competencias estratégicas avanzadas para liderar equipos multidisciplinarios, desarrollar modelos de negocio innovadores y tomar decisiones basadas en análisis de datos. También estarán capacitados para gestionar proyectos complejos desde su concepción hasta su lanzamiento, optimizando los recursos financieros y tecnológicos. Además, los profesionales podrán implementar estrategias de marketing digital efectivas, adaptadas a las tendencias globales, y establecer alianzas comerciales estratégicas que potencien la expansión internacional de sus empresas en la competitiva industria de los Videojuegos.





66

Serás capaz de evaluar la viabilidad financiera de proyectos de juegos interactivos, tomando decisiones informadas que aseguren su rentabilidad durante un largo período de tiempo”



Objetivos generales

- Capacitar directivos con capacidad para desarrollar y ejecutar estrategias en empresas de Videojuegos
- Capacitar en la gestión integral de empresas en el sector digital y de entretenimiento
- Impulsar la innovación en la creación y desarrollo de Videojuegos
- Adquirir competencias en marketing digital y transformación digital del sector
- Desarrollar habilidades para la gestión financiera y toma de decisiones estratégicas.
- Mejorar la gestión de proyectos y la optimización de recursos en empresas de Videojuegos
- Fomentar el liderazgo efectivo y la gestión del talento en equipos multidisciplinarios
- Comprender la importancia de la ética y la responsabilidad social empresarial en la industria digital

“

Ejercicios prácticos basados en casos reales y vídeos en detalle elaborados por los propios docentes serán la clave de tu éxito en este programa universitario”





Objetivos específicos

Módulo 1. Estrategia en Empresas Digitales y Videojuegos

- Analizar las principales tendencias estratégicas en el sector de los Videojuegos
- Desarrollar planes de negocio enfocados en empresas digitales de Videojuegos
- Aplicar metodologías estratégicas en entornos dinámicos y competitivos
- Evaluar el impacto de la digitalización en la estrategia empresarial

Módulo 2. Dirección de Empresas de Videojuegos

- Comprender la estructura organizacional de las empresas de Videojuegos
- Identificar los factores críticos para la dirección eficiente de estas empresas
- Diseñar y aplicar estrategias de crecimiento y expansión en el sector
- Gestionar equipos multidisciplinarios en el contexto de la creación de Videojuegos

Módulo 3. Marketing Digital y Transformación Digital del Videojuego

- Desarrollar estrategias de marketing digital para la promoción de Videojuegos
- Aplicar herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones en marketing
- Entender el impacto de la transformación digital en las estrategias de marketing
- Integrar plataformas y tecnologías emergentes en la promoción de Videojuegos

Módulo 4. Creación de Empresas de Videojuegos

- Analizar el proceso de creación de una empresa de Videojuegos desde su concepción
- Desarrollar modelos de negocio sostenibles en la industria del Videojuego
- Gestionar la financiación inicial y la obtención de recursos para startups
- Comprender los aspectos legales y regulatorios para la creación de una empresa de Videojuegos

Módulo 5. Gestión de Proyectos

- Implementar metodologías ágiles en la gestión de proyectos de Videojuegos
- Establecer plazos, presupuestos y recursos para proyectos de desarrollo de Videojuegos
- Evaluar riesgos y gestionar imprevistos durante el ciclo de vida de un proyecto
- Coordinar equipos de trabajo para la ejecución eficiente de proyectos

Módulo 6. Innovación

- Fomentar la creatividad e innovación dentro de las empresas de Videojuegos
- Analizar las principales tendencias tecnológicas y su impacto en el sector
- Desarrollar y aplicar estrategias para mantener la competitividad mediante la innovación
- Identificar oportunidades de negocio a través de la innovación en el diseño y distribución de Videojuegos

Módulo 7. Gestión Financiera

- Comprender los conceptos clave de la gestión financiera aplicada a empresas de Videojuegos
- Desarrollar y gestionar presupuestos para proyectos de Videojuegos
- Analizar los estados financieros y aplicar técnicas para optimizar los recursos financieros
- Evaluar la viabilidad económica de nuevos proyectos y productos en la industria del Videojuego

Módulo 8. Dirección Comercial

- Desarrollar estrategias comerciales efectivas para la venta y distribución de Videojuegos
- Analizar los mercados objetivos y las oportunidades comerciales en la industria
- Gestionar relaciones con distribuidores y socios estratégicos en el sector
- Establecer y evaluar indicadores clave de rendimiento comerciales

Módulo 9. Gestión de eSports

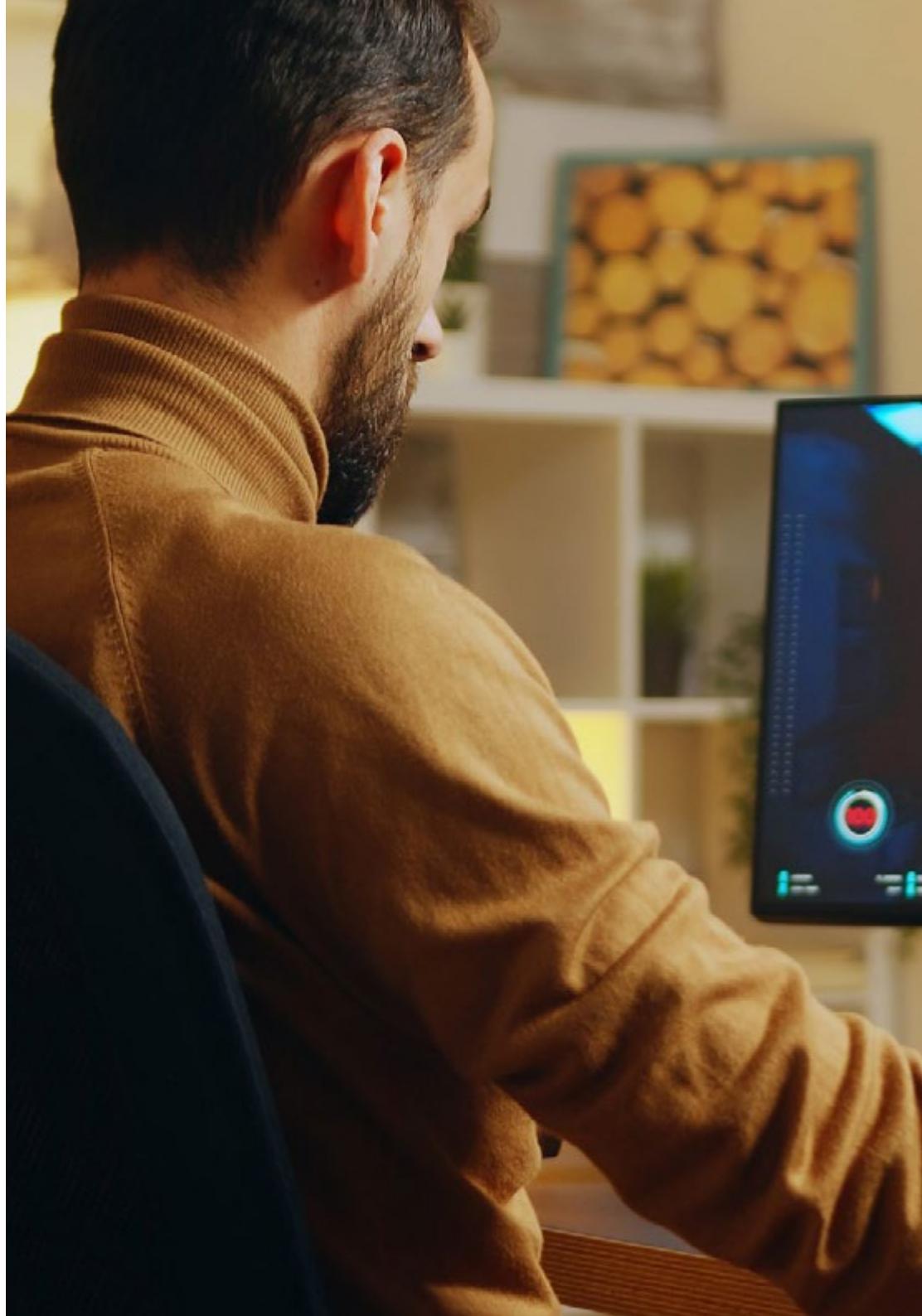
- Comprender el panorama actual de los eSports y su influencia en la industria de los Videojuegos
- Desarrollar estrategias comerciales y de marketing adaptadas al mundo de los eSports
- Gestionar equipos y eventos de eSports con un enfoque profesional
- Analizar las oportunidades de monetización en los eSports y su relación con los Videojuegos

Módulo 10. Liderazgo y Gestión del Talento

- Desarrollar habilidades de liderazgo para dirigir equipos en el sector de los Videojuegos
- Gestionar el talento y la diversidad en equipos creativos y tecnológicos
- Aplicar modelos de gestión de personas para mejorar el rendimiento de equipos multidisciplinarios
- Desarrollar una cultura organizacional que fomente la innovación y el trabajo en equipo

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

- Analizar los aspectos éticos en la gestión de empresas de Videojuegos
- Desarrollar estrategias para integrar la responsabilidad social empresarial en las prácticas empresariales
- Fomentar una cultura organizacional ética y responsable en el sector
- Evaluar el impacto de las decisiones empresariales en la sociedad y el medio ambiente





Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- Desarrollar estrategias para atraer, desarrollar y retener talento en empresas de Videojuegos
- Aplicar técnicas de motivación y desarrollo profesional para equipos creativos y técnicos
- Gestionar la evaluación del desempeño y el crecimiento profesional de los empleados
- Establecer planes de carrera y aprendizaje continuo para el personal en el sector

Módulo 13. Dirección Económico - Financiera

- Desarrollar estrategias financieras a largo plazo para empresas de Videojuegos
- Gestionar la rentabilidad y sostenibilidad financiera de proyectos en el sector
- Aplicar técnicas de análisis financiero para la toma de decisiones estratégicas
- Evaluar fuentes de financiación externas y su impacto en el crecimiento de la empresa

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- Desarrollar e implementar estrategias comerciales y de marketing a nivel global
- Aplicar herramientas de análisis de mercado para la toma de decisiones estratégicas
- Gestionar campañas de marketing digital adaptadas al sector de los Videojuegos
- Analizar el comportamiento del consumidor y diseñar estrategias de fidelización

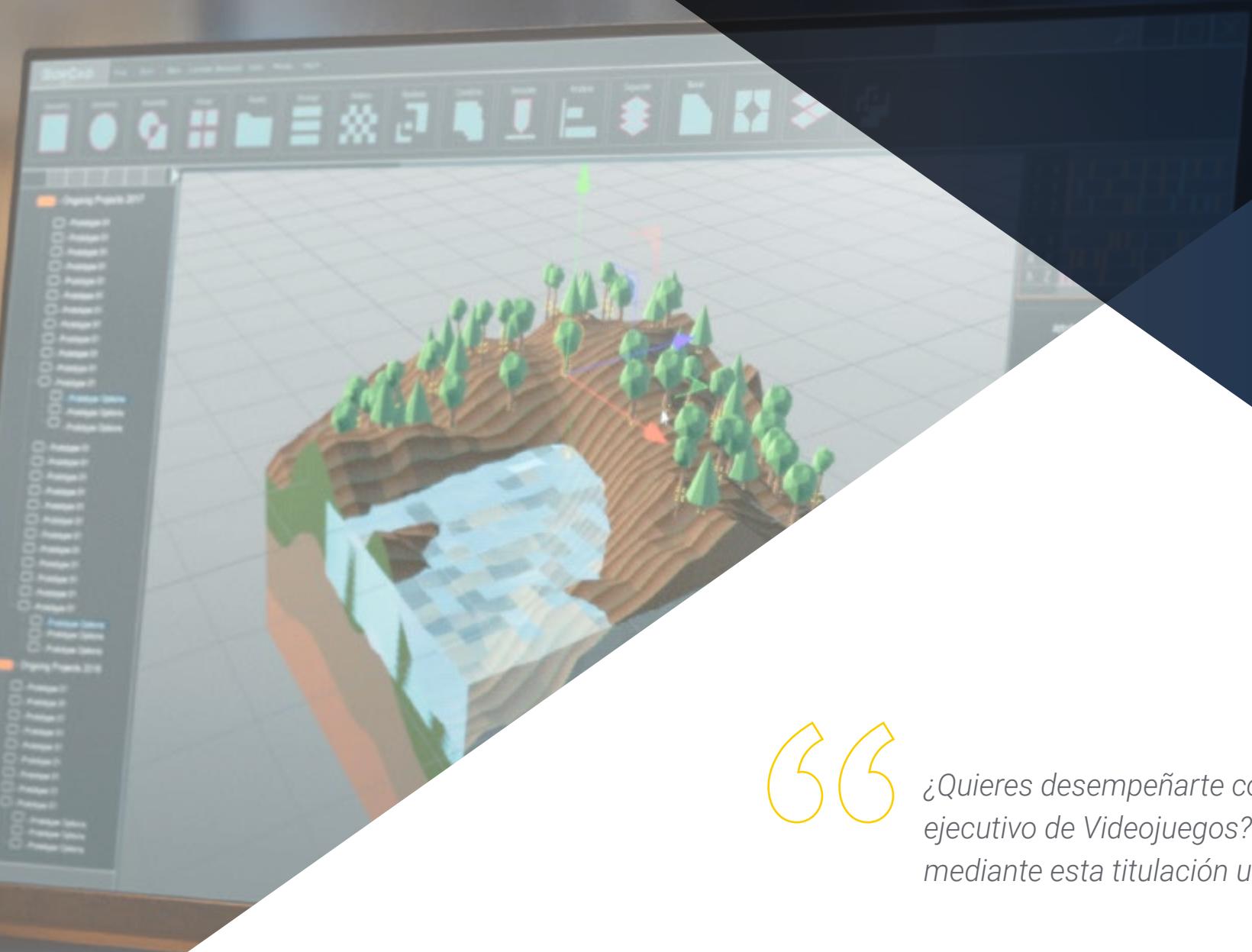
Módulo 15. Management Directivo

- Desarrollar competencias directivas para la toma de decisiones estratégicas en empresas de Videojuegos
- Fomentar la capacidad de liderazgo en entornos dinámicos y cambiantes
- Mejorar las habilidades de negociación y resolución de conflictos en el ámbito empresarial
- Aplicar principios de gestión avanzada en la toma de decisiones globales para empresas de Videojuegos

05

Salidas profesionales

Al finalizar esta titulación universitaria de TECH, los egresados estarán capacitados para gestionar Empresas de Videojuegos de manera óptima. De hecho, podrán desempeñarse en cargos como director de desarrollo, productor ejecutivo o responsable de *publishing*, en estudios independientes, grandes desarrolladoras, plataformas de distribución digital o compañías tecnológicas vinculadas al *gaming*. Además, contarán con las habilidades necesarias para impulsar la innovación en el desarrollo de productos interactivos, liderar proyectos de expansión global y adaptarse a las tendencias emergentes del mercado.



66

¿Quieres desempeñarte como productor ejecutivo de Videojuegos? Consíguelo mediante esta titulación universitaria"

Perfil del egresado

El egresado de este MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos será un experto altamente capacitado para dirigir equipos de trabajo multidisciplinares en este campo. A su vez, destacará por su capacidad para tomar decisiones informadas y gestionar proyectos innovadores. Del mismo modo, su comprensión de la transformación digital y la integración de nuevas tecnologías le permitirá superar los desafíos del sector digital. En adición, dispondrá de un enfoque estratégico basado el crecimiento, la rentabilidad y la sostenibilidad en el campo de los Videojuegos.

Diseñarás campañas publicitarias altamente creativas para posicionar tus Videojuegos en el mercado y captar el interés de diferentes públicos.

- **Gestión de Proyectos de Videojuegos:** planificar, coordinar y ejecutar proyectos de Videojuegos, asegurando su entrega dentro de plazos y presupuestos establecidos
- **Marketing Digital y Estrategias de Monetización:** diseñar e implementar estrategias de marketing digital adaptadas a la industria de los Videojuegos, maximizando la visibilidad y rentabilidad de los productos
- **Innovación en Desarrollo de Videojuegos:** fomentar la creatividad y la innovación en la creación y mejora de Videojuegos, aprovechando las últimas tecnologías y tendencias del mercado
- **Adaptación a la Transformación Digital:** implementar tecnologías emergentes y transformar modelos de negocio tradicionales en la industria de los Videojuegos, mejorando la competitividad y eficiencia operativa



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

- 1. Director General de Empresa de Videojuegos:** responsable de liderar la visión estratégica de la empresa, gestionando todos los aspectos operativos y asegurando su crecimiento y sostenibilidad en un mercado competitivo.
- 2. Gerente de Desarrollo de Videojuegos:** líder de proyectos de desarrollo de Videojuegos, supervisando el ciclo de vida completo del producto desde la concepción hasta su lanzamiento, gestionando equipos de diseñadores, programadores y creativos.
- 3. Director de Marketing Digital para Videojuegos:** responsable de diseñar y ejecutar estrategias de marketing digital, promoviendo Videojuegos a través de canales en línea y analizando el comportamiento del consumidor para maximizar la rentabilidad.
- 4. Director de Gestión de eSports:** encargado de coordinar equipos y eventos de eSports, gestionando el crecimiento de la marca y las oportunidades comerciales en este sector emergente y de gran impacto en la industria de los Videojuegos.
- 5. Chief Financial Officer de Empresa de Videojuegos:** responsable de la planificación financiera, la gestión de presupuestos y la toma de decisiones económicas para asegurar la estabilidad financiera de la empresa en un mercado cambiante.
- 6. Director de Innovación en Videojuegos:** líder en la integración de tecnologías emergentes y nuevas tendencias, impulsando la innovación dentro de la empresa para crear experiencias de juego únicas y competitivas.
- 7. Responsable de Gestión de Proyectos de Videojuegos:** supervisor de la ejecución de proyectos, coordinando plazos, recursos y equipos para asegurar que los desarrollos de Videojuegos sean entregados de manera eficiente y dentro del presupuesto.
- 8. Director de Expansión Internacional de Videojuegos:** encargado de desarrollar y ejecutar estrategias de expansión global para la distribución y comercialización de Videojuegos, ampliando la presencia de la marca en mercados internacionales.
- 9. Gerente de Recursos Humanos y Gestión del Talento en Videojuegos:** responsable de atraer, gestionar y desarrollar talento dentro de la empresa, creando una cultura organizacional que fomente la creatividad y la productividad de los equipos.
- 10. Consultor de Transformación Digital en Videojuegos:** asesor de empresas de Videojuegos en la adopción de tecnologías digitales y nuevas metodologías de trabajo, mejorando la eficiencia operativa y adaptándose a las tendencias del mercado.

“

Desarrollarás las estrategias de monetización más avanzadas, incluyendo suscripciones y juegos como servicio”

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 vano, 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

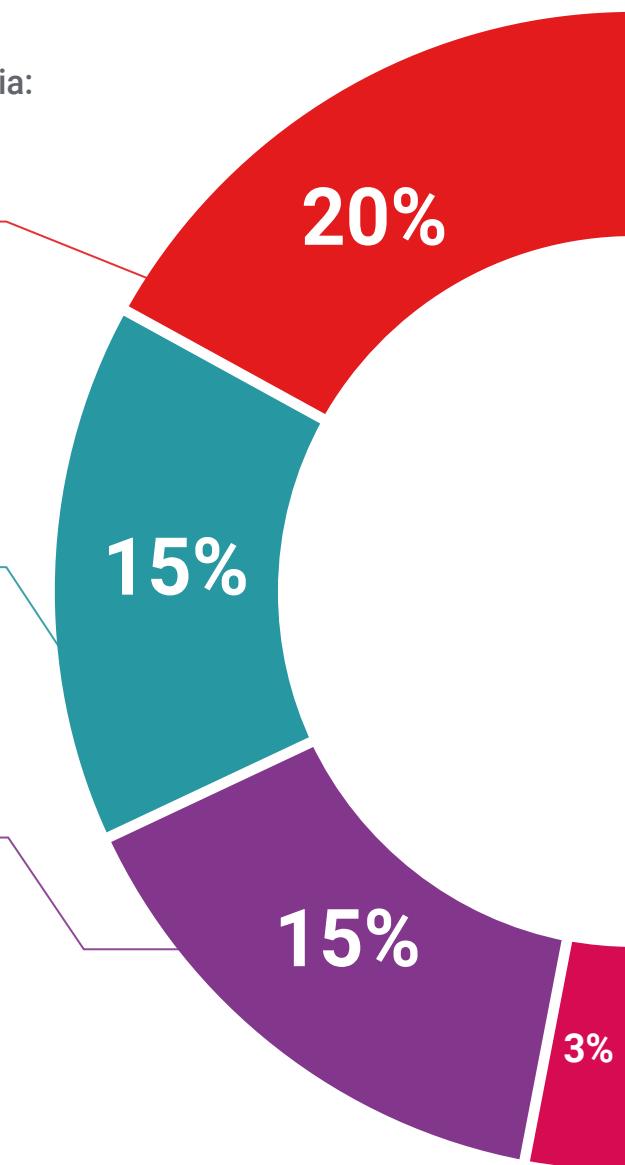
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

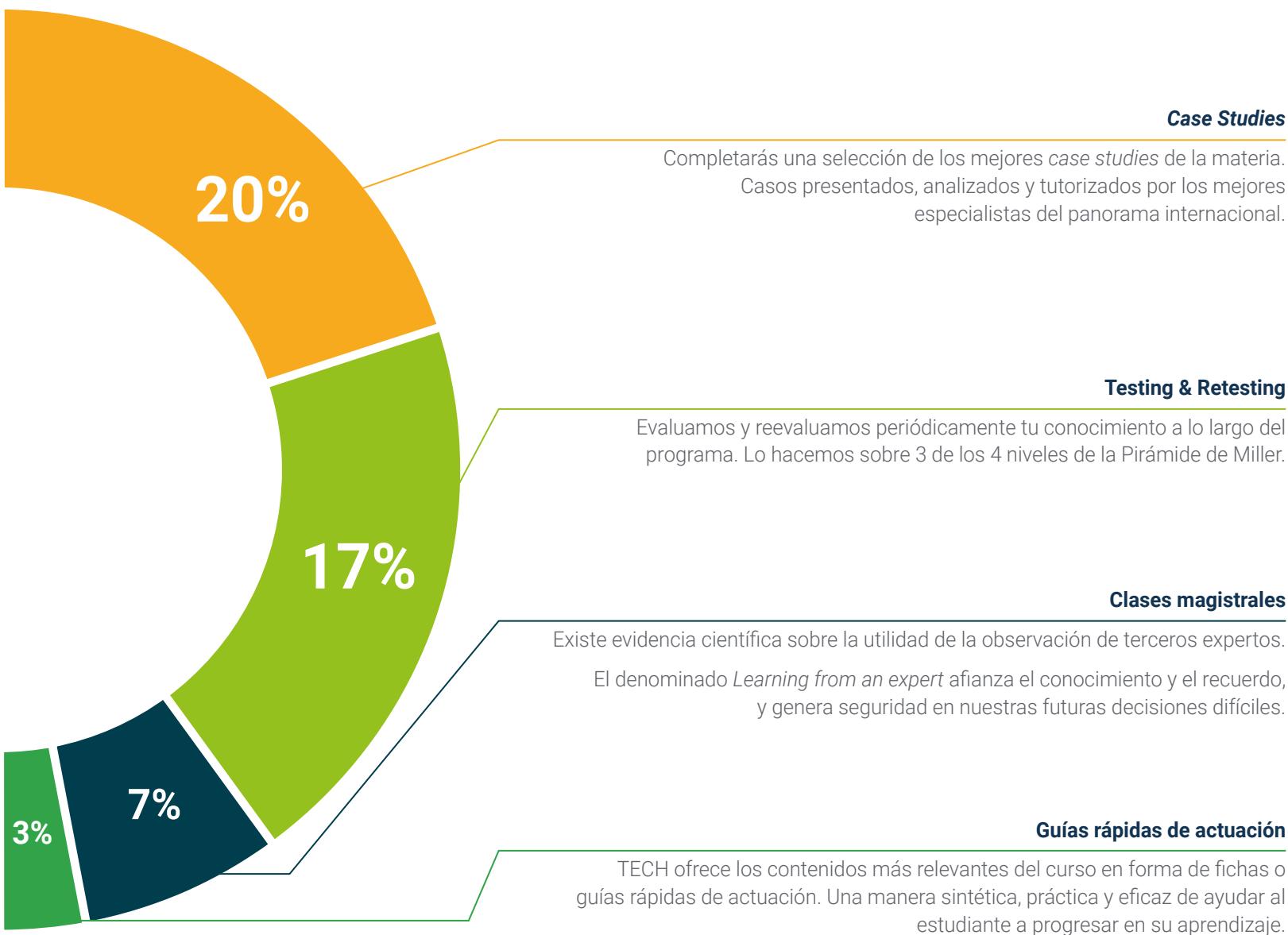
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





07

Cuadro docente

La premisa fundamental de TECH es ofrecer las titulaciones universitarias más integrales y actualizadas del panorama académico. Por ello, realiza un riguroso proceso de selección para conformar sus claustros docentes. Fruto de este esfuerzo, este MBA cuenta con la colaboración de reconocidos profesionales en el ámbito de la Dirección de Empresas de Videojuegos. De hecho, esta excelencia académica ha permitido desarrollar materiales didácticos de alta calidad, alineados con las exigencias del entorno profesional actual. De este modo, el alumnado accederá a una experiencia intensiva que potencia significativamente sus perspectivas laborales y su proyección dentro de la industria.





66

Disfrutarás del asesoramiento individualizado del equipo docente, conformado por especialistas de renombre en la Dirección de Empresas de Videojuegos"

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

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 **comerciales de televisión y trailers**.

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



D. Sánchez Mateos, Daniel

- Productor de Videojuegos y Aplicaciones Multidispositivo
- Director de Operaciones y Desarrollo de Negocio e I+D en Gammera Nest
- Director del Programa PS Talents en PlayStation Iberia
- Socio/Director de Producción, Marketing y Operaciones en ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.)
- Socio/Director de Producción y Operaciones/Diseñador de productos en DIGITAL JOKERS /MAYHEM PROJECT
- Dirección online en Departamento de Marketing en AURUM PRODUCCIONES
- Miembro del Departamento de Diseño y Licencias en LA FACTORÍA DE IDEAS
- Asistente de Operaciones en DISTRIMAGEN SL., Madrid (España)
- Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid
- Máster Oficial Dirección, Marketing y Comunicación en la Universidad Camilo José Cela, Madrid
- Master de Producción de Televisión por IMEFE en colaboración con la Unión Europea

Profesores

D. Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael

- ◆ CEO y Fundador de Fluzo Studios
- ◆ Director Comercial y de Financiación Proyectos I+D en Kaudal
- ◆ CEO en Reta al Alzheimer
- ◆ CEO en Pyxel Arts
- ◆ Director de Productos y Servicios en Arquimea Ingeniería
- ◆ Key Account Manager en Cota Soluciones
- ◆ Director de Calidad de Software en Recreativos Franco Gaming
- ◆ Jefe Nacional de IT en Credit Agricole Cheuvreux
- ◆ Gestor proyectos ADSL & Consultor Implantaciones en Telefónica España
- ◆ Técnico de Redes y Telefonía en Universidad Carlos III Madrid
- ◆ Ingeniero Técnico Industrial: Electrónica Industrial por la Universidad Carlos III Madrid
- ◆ Máster in Business Strategy and Corp. Communications en Universidad Rey Juan Carlos I
- ◆ Master en Inteligencia Artificial e Innovación por FOUNDERZ
- ◆ International Master in Business Administration por LUISS Business School

D. Ochoa Fernández, Carlos J.

- ◆ Especialista en Innovación Tecnológica, Marketing Digital y Emprendimiento
- ◆ Fundador y CEO de ONE Digital Consulting
- ◆ Directivo y Asesor en empresas como SIEMENS, Sagentia, Altran y Eptron
- ◆ Evaluador Experto de la Comisión Europea
- ◆ Evaluador Independiente de Alberta Innovates (Canadá)
- ◆ Mentor de la Swiss National Science Foundation (SNSF)
- ◆ Ingeniero por la Universidad Politécnica de Madrid
- ◆ MBA Internacional en Emprendimiento en el Babson College

- ◆ Presidente del capítulo de Madrid/España de la Asociación VR/AR

- ◆ Co-presidente del Comité de Educación VR/AR

- ◆ Miembro de: Immersive Learning, Grupo ICICLE X-Reality para Aprendizaje y Mejora del Rendimiento, Foro de Estándares del Metaverso

D. Montero García, José Carlos

- ◆ Fundador y Director Creativo en Red Mountain Games
- ◆ Representante Internacional de PlayStation Talents
- ◆ Director Creativo y Fundador de TRT Labs, Berlín
- ◆ Ganador del Premio ITB Berlín, gracias al proyecto TimeRiftTours
- ◆ Artista 3D en Telvent Global Services
- ◆ Artista 3D en Matchmind
- ◆ Artista 3D en Nectar Estudio
- ◆ Grado Superior en Análisis y Control por el Instituto Politécnico Monte de Conxo, Santiago de Compostela
- ◆ Máster CGMasterAcademy on Game Design with Naughty Dog's Emilia Schatz
- ◆ Máster CGMasterAcademy on Character Creation for Games with Epic Games
- ◆ Máster en Imagen 3D, Animación y Tecnología Interactiva, Trazos
- ◆ Máster en Renderizado con Vray para Infoarquitectura
- ◆ Máster en Animación y Edición no Lineal en CICE Escuela de Nuevas Tecnologías

D. García Fernández, Juan Carlos

- ◆ Diseñador y Productor de Videojuegos
- ◆ Productor de Videojuegos en PlayStation Talents
- ◆ QA Tester de Juegos Electrónicos en PlayStation Talents
- ◆ Grado de Diseño y desarrollo de Videojuegos por la Universidad UDIT Formación Académica

08

Titulación

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



66

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

Este **MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos** contiene el programa universitario 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**.

Este título expedido por **TECH Universidad** 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.

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

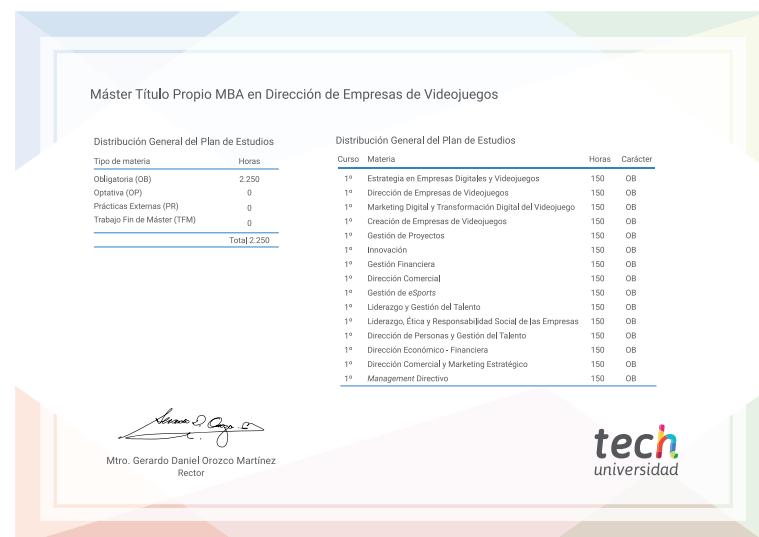
Aval/Membresía



Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **12 meses**



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

futuro
salud, confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web formación
aula virtual idiomas
instituciones



Máster Título Propio
MBA en Dirección de
Empresas de Videojuegos

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

Aval/Membresía



tech
universidad