



Máster Título Propio MBA en Relaciones Sindicales

» Modalidad: online» Duración: 12 meses

» Titulación: TECH Global University

» Acreditación: 60 ECTS

» Horario: a tu ritmo» Exámenes: online

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

Índice

pág. 38 pág. 48

Cuadro docente

Metodología de estudio

pág. 66

Titulación





tech 06 | Presentación del programa

Las Relaciones Sindicales representan un componente clave en la dinámica laboral contemporánea, al articular los vínculos entre trabajadores organizados y empleadores. A través de la negociación colectiva, el diálogo social y la resolución de conflictos, estas relaciones contribuyen a mantener la estabilidad en las organizaciones y a garantizar condiciones laborales justas. Por ello, en un entorno económico cambiante y regulaciones cada vez más complejas, comprender el funcionamiento de los sindicatos, los marcos legales y las estrategias de concertación se vuelve esencial.

En este contexto, este MBA en Relaciones Sindicales tiene como propósito abordar los desafíos actuales que enfrenta el ámbito sindical, como la digitalización del trabajo, las nuevas formas de empleo y la globalización del mercado laboral. Asimismo, el alumnado desarrollará competencias para negociar de manera efectiva, promover el diálogo social y diseñar políticas laborales que favorezcan el crecimiento organizacional sin comprometer el bienestar de los empleados.

Posteriormente, a través de una metodología 100% online, esta titulación universitaria incorpora el innovador método *Relearning*, reconocido por su eficacia en el ámbito académico. Por medio de análisis de casos prácticos, el enfoque se adapta al ritmo y estilo de cada profesional, asegurando una comprensión profunda y aplicada de cada tema, lo que facilitará el desarrollo de competencias clave. Adicionalmente, unos reputados Directores Invitados Internacionales impartirán unas rigurosas *Masterclasses*.

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

Este **MBA en Relaciones Sindicales** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Relaciones Sindicales
- 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 Relaciones Sindicales
- 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 te brindarán intensivas Masterclasses sobre las últimas tendencias en las Relaciones Sindicales"

Presentación del programa | 07 tech



Diseñarás estrategias para gestionar las Relaciones Sindicales que optimicen el ambiente laboral y la productividad organizacional"

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de las Relaciones Sindicales, 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.

Gracias al método Relearning conseguirás afianzar los conceptos claves que te ofrece esta capacitación universitaria.

Dispondrás de una comprensión integral sobre la normativa laboral y las leyes relacionadas con los sindicatos.







tech 10 | ¿Por qué estudiar en TECH?

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

El mejor claustro docente top internacional

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

La mayor universidad digital del mundo

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









nº1 Mundial Mayor universidad online del mundo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.

Garantía de máxima

empleabilidad



Google Partner Premier

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

La universidad mejor valorada por sus alumnos

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





tech 14 | Plan de estudios

Módulo 1. Teoría de las Relaciones Laborales

- 1.1. Historia de las relaciones laborales
 - 1.1.1. Marco conceptual y definición (conceptos básicos de empleo, trabajo)
 - 1.1.2. Evolución histórica de las relaciones laborales
 - 1.1.3 La sociedad del conocimiento en el S XXI.
- 1.2. Evolución de las formas de trabajo
 - 1.2.1. Las relaciones laborales y los mercados de trabajo
 - 1.2.2. La teoría de la segmentación del mercado de trabajo y sus prácticas
- 1.3. Socialismo Comunismo en las relaciones laborales
 - 1.3.1. Marco conceptual del socialismo y del comunismo
 - 1.3.2. Breve descripción histórica
 - 1.3.3. Las relaciones laborales bajo el marco político comunista
 - 1.3.4. Las relaciones laborales bajo el marco político del socialismo
- 1.4. Liberalismo Capitalismo en las relaciones laborales
 - 1.4.1. Concepto de liberalismo versus capitalismo
 - 1.4.2. El capitalismo a lo largo de la historia de la economía
 - 1.4.3. Las relaciones laborales bajo el prisma del capitalismo económico
- 1.5. Derecho sindical
 - 151 El sindicalismo
 - 1.5.2. Fundamentos del derecho sindical
 - 1.5.3. El papel de la negociación colectiva
- 1.6. Representación de los trabajadores
 - 1.6.1. Concepto
 - 1.6.2. Marco regulador
 - 1.6.3. Negociación
- 1.7. La intervención estatal en las relaciones laborales
 - 1.7.1. Marco histórico
 - 1.7.2. La intervención pública en la configuración de las relaciones laborales individuales
 - 1.7.3. Contratos laborales, jornadas laborales, salario y prestaciones

- 1.8. Institucionalismo y pluralismo
 - 1.8.1. Conceptualización y encuadre dentro de las teorías del estado
 - 1.8.2. El institucionalismo
 - 1.8.3. El pluralismo
 - 1.8.4. Corporativismo
 - 1.8.5. Conceptualización
 - 1.8.6. Tipos de corporativismo en el panorama internacional
- 1.9. Las políticas sociales en el ámbito internacional
 - 1.9.1. Políticas sociales (convergencias y divergencias)
 - 1.9.2. Modelos de intervención
 - 1.9.3. El estado de bienestar

Módulo 2. Sociología del Trabajo

- 2.1. Concepto de sociología del trabajo
 - 2.1.1. Introducción, objetivos y concepto de sociología
 - 2.1.2. Concepto de trabajo
 - 2.1.3. Concepto de sociología del trabajo
 - 2.1.4. Campo de acción de la sociología del trabajo
- 2.2. Estudio de la conducta humana en la sociedad
 - 2.2.1. La acción humana, medios y multas
 - 2.2.2. La producción y los trabajadores
 - 2.2.3. El impacto del crecimiento de la población en el trabajo
- 2.3. Aspectos económicos. Estudio de sociología del trabajo
 - 2.3.1. Teoría del valor en los economistas clásicos
 - 2.3.2. Teoría del valor en Karl Marx
 - 2.3.3. Críticas a la teoría del valor trabajo
 - 2.3.4. El keynesianismo
- 2.4. Evolución histórica y contexto social del trabajo
 - 2.4.1. El trabajo en la antigüedad
 - 2.4.2. La revolución industrial
 - 2.4.3. El desarrollo de la sociedad industrial y sus efectos laborales
 - 2.4.4. De la sociedad industrial a la sociedad postindustrial
 - 2.4.5. El trabajo en la sociedad de la información

Plan de estudios | 15 tech

- 2.5. Historia de las principales teorías sociológicas del trabajo y de las organizaciones
 - 2.5.1. Teorías sociológicas del trabajo
 - 2.5.2. Teorías sociológicas contemporáneas del trabajo
 - 2.5.3. Taylor y la organización científica del trabajo
- 2.6. El comportamiento grupal en las organizaciones
 - 2.6.1. Análisis del proceso de trabajo
 - 2.6.2. Los recursos humanos. Trabajo mecánico y creativo
 - 2.6.3. El orden social en las organizaciones. Cosmos y taxis
- 2.7. Sociología de las relaciones laborales en la empresa
 - 2.7.1. Teorías de la subjetividad
 - 2.7.2. Teorías del mercado de trabajo
 - 2.7.3. Sociología de las relaciones laborales
- 2.8. Aspectos centrales en las organizaciones
 - 2.8.1. Los distintos roles dentro de la organización
 - 2.8.2. estructuras organizativas
- 2.9. Paradigma tecnológico y mercado de trabajo
 - 2.9.1. El impacto de la innovación
 - 2.9.2. La innovación en la empresa moderna
 - 2.9.3. La automatización en la producción
 - 2.9.4. Gestión de datos e inteligencia artificial
- 2.10. Retos del mercado de trabajo en el S.XXI
 - 2.10.1. Los sindicatos en el siglo XXI
 - 2.10.2. Manifestaciones y huelgas de trabajadores
 - 2.10.3. El futuro del trabajo
 - 2.10.4. La inmigración y el mercado de trabajo
 - 2.10.5. Emigración, globalización y trabajo

Módulo 3. Estrategias y Métodos de Investigación Social

- 3.1. Nociones básicas sobre investigación: la ciencia y el método científico
 - 3.1.1. Definición del método científico
 - 3.1.2. Método analítico
 - 3.1.3. Método sintético
 - 3.1.4. Método inductivo
 - 3.1.5. El pensamiento cartesiano

- 3.1.6. Las reglas del método cartesiano
- 3.1.7. La duda metódica
- 3.1.8. El primer principio cartesiano
- 3.1.9. Los procedimientos de inducción según J. Mill Stuart
- 3.2. El proceso general de la investigación: enfoque cuantitativo y cualitativo
 - 3.2.1. Presupuestos epistemológicos
 - 3.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio
 - 3.2.3. Relación sujeto-objeto
 - 3.2.4. Objetividad
 - 3.2.5. Procesos metodológicos
 - 3.2.6. La integración de métodos
- 3.3. Paradigmas de investigación y métodos derivados de ellos
 - 3.3.1. ¿Cómo surgen las ideas de investigación?
 - 3.3.2. ¿Qué investigar en educación?
 - 3.3.3. Planteamiento del problema de investigación
 - 3.3.4. Antecedentes, justificación y objetivos de la investigación
 - 3.3.5. Fundamentos teóricos
 - 3.3.6. Hipótesis, variables y definición de conceptos operativos
 - 3.3.7. Selección del diseño de investigación
 - 3.3.8. El muestro en estudios cuantitativos y cualitativos
- 3.4. Proceso y etapas de la investigación cuantitativa
 - 3.4.1. Fase 1: Fase conceptual
 - 3.4.2. Fase 2: Fase de planificación y diseño
 - 3.4.3. Fase 3: Fase empírica
 - 3.4.4. Fase 4: Fase analítica
 - 3.4.5. Fase 5: Fase de difusión
- 3.5. Tipos de investigación cuantitativa
 - 3.5.1. Investigación histórica
 - 3.5.2. Investigación correlacional
 - 3.5.3. Estudio de caso
 - 3.5.4. Investigación "ex post facto" sobre hechos cumplidos
 - 3.5.5. Investigación cuasiexperimental
 - 3.5.6. Investigación experimental

tech 16 | Plan de estudios

3.6.	Proces	o y etapas de la investigación cualitativa				
	3.6.1.	Fase 1: Fase preparatoria				
	3.6.2.	Fase 2: Fase de campo				
	3.6.3.	Fase 3: Fase analítica				
	3.6.4.	Fase 4: Fase informativa				
3.7.	Tipos de investigación cualitativa					
	3.7.1.	La etnografía				
	3.7.2.	La teoría fundamentada				
	3.7.3.	La fenomenología				
	3.7.4.	El método biográfico y la historia de vida				
	3.7.5.	El estudio de casos				
	3.7.6.	El análisis de contenido				
	3.7.7.	El examen del discurso				
	3.7.8.	La investigación acción participativa				
3.8.	Técnica	Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos				
	3.8.1.	La entrevista estructurada				
	3.8.2.	El cuestionario estructurado				
	3.8.3.	Observación sistemática				
	3.8.4.	Escalas de actitud				
	3.8.5.	Estadísticas				
	3.8.6.	Fuentes secundarias de información				
3.9.	Técnica	Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos				
	3.9.1.	Entrevista no estructurada				
	3.9.2.	Entrevista en profundidad				
	3.9.3.	Grupos focales				
	3.9.4.	Observación simple, no regulada y participativa				
	3.9.5.	Historias de vida				
	3.9.6.	Diarios				
	3.9.7.	Análisis de contenidos				
	3.9.8.	El método etnográfico				

3.10.	3.10.1. 3.10.2. 3.10.3. 3.10.4. 3.10.5. 3.10.6. 3.10.7. 3.10.8. 3.10.9.	de calidad de los datos Requisitos de un instrumento de medición Procesamiento y análisis de datos cuantitativos Validación de datos cuantitativos Estadística para el análisis de datos Estadística descriptiva Estadística inferencial Procesamiento y análisis de datos cualitativos Reducción y categorización Aclarar, sinterizar y comparar Programas para el análisis cualitativo de datos textuales			
Mód	ulo 4. E	conomía Laboral y de Mercado			
4.1.		cción al mercado de trabajo			
4.1.		Definición del mercado de trabajo			
		Funcionamiento del mercado de trabajo			
		Los sistemas económicos y la economía del mercado			
		Distribución de la población			
4.2.		e demanda y oferta laboral			
T.Z.	-	Los sistemas económicos y la economía de mercado			
		El funcionamiento del mercado: la demanda y la oferta			
		Elasticidad y desplazamiento de las curvas de oferta y demanda			
		El equilibrio del mercado			
4.3.		nomía como ciencia			
1.0.		El concepto de escasez y el uso de bienes			
		La actividad económica			
		Los factores productivos			
		La población como condicionante de la actividad económica			
4.4.	Los mercados de trabajo				
		Distribución de la población			
		Situación de colectivos desfavorecidos			
	4.4.3.	Perspectivas del mercado laboral en Latinoamérica			

Plan de estudios | 17 tech

- 4.5. Los sindicatos
 - 4.5.1. La libertad sindical
 - 4.5.2. Funcionamiento del sindicato
 - 4.5.3. Régimen jurídico sindical
- 4.6. La representación sindical en la empresa
 - 4.6.1. La representación sindical en la empresa
 - 4.6.2. Las asociaciones de sindicatos
 - 4.6.3. la huelga
- 4.7. Negociación colectiva
 - 4.7.1. El papel de la negociación colectiva
 - 4.7.2. Los convenios colectivos
 - 4.7.3. Los convenios sectoriales
 - 4.7.4. Comisiones encargadas de la negociación en la organización
- 4.8. Políticas gubernamentales
 - 4.8.1. Políticas para la creación de empleos
 - 4.8.2. Políticas sociales de apoyo al desempleado
 - 4.8.3. Ejemplos internacionales
- 4.9. Orientación vocacional
 - 4.9.1. Introducción a la Orientación Vocacional
 - 4.9.2. La orientación vocacional como un detonador de empleo
 - 4.9.3. Tendencia regional en la demanda de puestos de trabajo
- 4.10. La responsabilidad social en el otorgamiento de puestos laborales
 - 4.10.1. Responsabilidad social
 - 4.10.2. Grupos sociales expuestos a discriminación
 - 4.10.3. Políticas y programas incluidos en la organización

Módulo 5. Derecho del Trabajo

- 5.1. Las fuentes del derecho del trabajo
 - 5.1.1. Las fuentes normativas del ordenamiento laboral. Introducción
 - 5.1.2. Las fuentes internacionales
 - 5.1.3. La función normativa de la Organización Internacional del Trabajo
 - 5.1.4. La función normativa de la Unión Europea. El derecho comunitario
 - 5.1.5. El Derecho internacional pactado. Los convenios bilaterales y multilaterales

- 5.1.6. Las fuentes internas
- 5.1.7. La Constitución Española
- 5.1.8. Las leyes y las normas con rango de ley
- 5.1.9. Los reglamentos
- 5.1.10. Los convenios colectivos
- 5.1.11. Los usos y costumbres locales y profesionales
- 5.1.12. Los principios del derecho-trabajo
- 5.1.13. La doctrina emanada de los órganos judiciales
- 5.2. El trabajador
 - 5.2.1. Introducción
 - 5.2.2. Las características propias de la relación laboral
 - 5.2.3. Carácter personalísimo
 - 5.2.4. Voluntariedad
 - 5.2.5. Dependencia
 - 5.2.6. Ajenidad
 - 5.2.7. Retribución
 - 5.2.8. Las relaciones laborales de naturaleza especial
 - 5.2.9. El personal de alta dirección no incluido en el artículo 1.3 c) del Estatuto de los Trabajadores
 - 5.2.10. El servicio del hogar familiar
 - 5.2.11. Los penados en instituciones penitenciarias
 - 5.2.12. Los deportistas profesionales
 - 5.2.13. Los artistas en espectáculos públicos
 - 5.2.14. Las personas que intervengan operaciones en mercantiles por cuenta de uno o más empresarios sin asumir el riesgo y ventura de aquellas: los representantes de comercio
 - 5.2.15. Las personas con discapacidad que trabajan en los centros especiales de empleo
 - 5.2.16. Los estibadores portuarios
 - 5.2.17. La residencia para la formación de especialistas en Ciencias de la Salud
 - 5.2.18. Los letrados que prestan servicios en despachos de abogados, individuales o colectivos
 - 5.2.19. Los trabajos excluidos

tech 18 | Plan de estudios

- 5.2.21. Las prestaciones personales obligatorias
- 5.2.22. Los consejeros de las empresas societarias
- 5.2.23. Los trabajos amistosos, benévolos o de buena vecindad
- 5.2.24. Los trabajos familiares
- 5.2.25. La intermediación mercantil con asunción del riesgo
- 5.2.26. El servicio de transporte
- 5.2.27. Los trabajos realizados por cuenta propia

5.3. Los empleadores y la empresa

- 5.3.1. El empresario. Concepto y naturaleza jurídica
- 5.3.2. La subrogación empresarial
- 5.3.3. Los grupos de empresas
- 5.3.4. La descentralización productiva. Contratos y subcontratas de obras y servicios
- 5.3.5. Los diferentes supuestos de responsabilidad en materia salarial y de Seguridad Social
- 5.3.6. La externalización productiva y la seguridad y salud en el entorno laboral
- 5.3.7. Deberes de información, consulta y participación en el contexto de una contrata de obras o servicios
- 5.3.8. La cesión ilegal de trabajadores
- 5.3.9. Concepto y descripción del fenómeno
- 5.3.10. Consecuencias de la cesión ilegal
- 5.3.11. Las empresas de trabajo temporal
- 5.3.12. El compromiso civil o mercantil entre la empresa de trabajo temporal y la empresa usuaria. El contrato de puesta a disposición
- 5.3.13. La relación laboral entre la empresa de trabajo temporal y el empleado cedido. El contrato de trabajo
- 5.3.14. La situación especial del trabajador en el seno de la empresa usuaria

5.4. El contrato de trabajo

- 5.4.1. El contrato de trabajo. Concepto y características básicas
- 5.4.2. Formalidades del contrato de trabajo
- 5.4.3. Consentimiento, objeto y causa
- 5.4.4. Capacidad para contratar
- 5.4.5. La forma del contrato
- 5.4.6. La validez del contrato. La nulidad total y parcial del vínculo laboral
- 5.4.7. La simulación del contrato de trabajo





Plan de estudios | 19 tech

5.4.8.	\vdash	período	dΔ	nruaha
J.4.O.		penouo	uc	prucba

- 5.4.9. Principales modalidades contractuales
- 5.4.10. Contratos indefinidos
- 5.4.11. Contratos de duración determinada
- 5.4.12. Contratos formativos
- 5.4.13. Otras modalidades contractuales
- 5.5. Derechos y deberes laborales básicos
 - 5.5.1. Derechos y deberes básicos del trabajador
 - 5.5.2. Derechos
 - 5.5.3. Deberes
 - 5.5.4. Derechos y deberes básicos del empresario
 - 5.5.5. El poder de dirección
 - 5.5.6. El poder disciplinario
- 5.6. La prevención de riesgos laborales
 - 5.6.1. Introducción
 - 5.6.2. La garantía a la tutela frente a los riesgos profesionales. Los principios de la acción preventiva
 - 5.6.3. El plan de prevención. La evaluación de los riesgos y la planificación de la actividad tuteladora
 - 5.6.4. Los equipos de trabajo y los medios de protección
 - 5.6.5. La información, consulta y participación de los trabajadores
 - 5.6.6. La formación de los trabajadores
 - 5.6.7. Las medidas de emergencia
 - 5.6.8. El riesgo grave e inminente
 - 5.6.9. El deber de vigilancia de la salud
 - 5.6.10. Las responsabilidades de naturaleza documental
 - 5.6.11. La coordinación de las actividades empresariales
 - 5.6.12. La singular dispensa atención da a ciertos colectivos
 - 5.6.13. Los trabajadores especialmente sensibles a determinados riesgos
 - 5.6.14. La maternidad
 - 5.6.15. Los menores
 - 5.6.16. Los trabajadores con relaciones laborales temporales o puestos a disposición por una empresa de trabajo temporal
 - 5.6.17. Las responsabilidades de la mano de obra en relación con la prevención de los riesgos profesionales

tech 20 | Plan de estudios

5.7.	El salario				
	5.7.1.	El salario			
	5.7.2.	Concepto y caracteres			
	5.7.3.	Forma de pago: en dinero o en especie			
	5.7.4.	La estructura salarial			
	5.7.5.	Liquidación y pago del salario			
	5.7.6.	La compensación y absorción de salarios			
	5.7.7.	Las garantías del salario			
	5.7.8.	Las gratificaciones extraordinarias			
	5.7.9.	Las percepciones extrasalariales			
	5.7.10.	El principio de igualdad y no discriminación por razón de sexo en el devengo y abono de la retribución			
	5.7.11.	El derecho a la promoción económica			
5.8.	El tiem	El tiempo de trabajo			
	5.8.1.	La jornada de trabajo			
	5.8.2.	La jornada ordinaria de trabajo			
	5.8.3.	Las horas extraordinarias			
	5.8.4.	Las jornadas especiales de trabajo			
	5.8.5.	Las reducciones de jornada previstas en el Estatuto de los Trabajadores			
	5.8.6.	El trabajo nocturno ya turnos			
	5.8.7.	El trabajo nocturno			
	5.8.8.	El trabajo a turnos			
	5.8.9.	Las fiestas laborales, los permisos y las vacaciones anuales			
	5.8.10.	Las fiestas laborales			
	5.8.11.	Los permisos			
	5.8.12.	Las vacaciones anuales			
	5.8.13.	El calendario laboral			
5.9.	Novación del contrato de trabajo				
	5.9.1.	La movilidad funcional			
	5.9.2.	La movilidad geográfica			
	5.9.3.	La movilidad geográfica a instancias del empresario			
	5.9.4.	La movilidad geográfica a instancias del trabajador			

5.9.5. La modificación sustancial de las condiciones de trabajo

- 5.9.6. Primer requisito: concurrencia de una causa justificativa
- 5.9.7. Segundo requisito: materia objeto de modificación
- 5.9.8. Tercer requisito: procedimiento a seguir
- 5.9.9. La modificación de las condiciones establecidas en un convenio colectivo estatutario
- 5.10. La suspensión y la extinción del contrato de trabajo
 - 5.10.1. La suspensión del contrato de trabajo
 - 5.10.2. Maternidad, paternidad, adopción, acogimiento y riesgo durante el embarazo
 - 5.10.3. Las excedencias
 - 5.10.4. La suspensión del contrato de trabajo por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción
 - 5.10.5. La suspensión del contrato por fuerza mayor
 - 5.10.6. La extinción del contrato de trabajo
 - 5.10.7. La extinción por voluntad unilateral del trabajador
 - 5.10.8. La extinción por voluntad unilateral del empleador: el despido

Módulo 6. Derecho Laboral Colectivo

- 6.1. Autonomía colectiva y sistema de relaciones laborales
 - 6.1.1. Autonomía colectiva: concepto y elementos estructurales
 - 6.1.2. La estructura tridimensional de la autonomía colectiva y su reflejo: libertad sindical y derecho a huelga
 - 6.1.3. El derecho a la negociación colectiva
- 6.2. La libertad sindical
 - 6.2.1. La configuración constitucional de la libertad sindical
 - 6.2.2 Titularidad del derecho de libertad sindical.
 - 6.2.3. Contenido del derecho de libertad sindical
 - 6.2.4. Tutela de la libertad sindical: jurisdiccional, constitucional, administrativa y penal
- 6.3. Régimen jurídico del sindicato
 - 6.3.1. Constitución y adquisición de la personalidad jurídica
 - 6.3.2. Funcionamiento interno del sindicato y régimen económico
 - 6.3.3. La responsabilidad del sindicato
- 6.4. asociacionismo empresarial
 - 6.4.1. La estructura patronal y sindical
 - 6.4.2. Representación sindical: sindicatos más representativos
 - 6.4.3. Estructura de representación patronal, criterios y determinación de atribuciones

Plan de estudios | 21 tech

- 6.5. La representación y acción colectiva de los trabajadores en la empresa
 - 6.5.1. El doble canal de representación en la empresa
 - 6.5.2. La representación unitaria: delegados de personal y comités de empresa
 - 6.5.3. Las elecciones sindicales
 - 6.5.4. El derecho de reunión en las empresas: asambleas de trabajadores
- 6.6. La negociación colectiva
 - 6.6.1. El reconocimiento constitucional y legal del derecho a la negociación colectiva
 - 6.6.2. Convenios y acuerdos colectivos de trabajo: clasificación y tipología
 - 6.6.3. Estructura de la negociación colectiva y concurrencia de convenios
- 6.7. La dinámica de la negociación colectiva de eficacia general
 - 6.7.1. Elaboración, vigencia y aplicación del convenio
 - 6.7.2. Sujetos negociadores: capacidad y legitimación
 - 6.7.3. Proceso de negociación: el deber de negociar
 - 6.7.4. Requisitos formales y control de legalidad: la impugnación del convenio
 - 6.7.5. Aplicación e interpretación del convenio: cuestiones básicas
 - 6.7.6. La vigencia del convenio
 - 6.7.7. La adhesión y extensión del convenio
- 6.8. El conflicto colectivo
 - 6.8.1. Concepto y clases de conflicto colectivo
 - 6.8.2. La regulación constitucional del conflicto colectivo
 - 6.8.3. Las medidas de conflicto colectivo por parte de los trabajadores y empresarios
- 6.9. La huelga
 - 6.9.1. El reconocimiento constitucional del derecho de huelga: titularidad y contenido
 - 6.9.2. El ejercicio del derecho de huelga: cuestiones formales. El comité de huelga
 - 6.9.3. Tipos de huelga: huelgas ilegales y huelgas abusivas
 - 5.9.4. Los efectos de la huelga
- 6.10. Las medidas de solución de los conflictos colectivos
 - 6.10.1. Heterocomposición y autocomposición de los conflictos colectivos en el ordenamiento español: tipología, tramitación y efectos
 - 6.10.2. Los medios extrajudiciales de solución de conflictos
 - 6.10.3. Acuerdo estatal de solución extrajudicial de conflictos (ASACV)

Módulo 7. Gestión de Políticas en Intermediación Laboral

- 7.1. La intermediación laboral en la cartera común de los servicios del Sistema Nacional de Empleo
 - 7.1.1. La intermediación laboral
 - 7.1.2. El nuevo papel de los servicios públicos de empleo
 - 7.1.3. Discriminación en el acceso al empleo
- 7.2 La intermediación laboral
 - 7.2.1. Conceptualización de la intermediación: principios básicos
 - 7.2.2. Intermediación laboral y orientación profesional
 - 7.2.3. La intermediación laboral dentro de las políticas activas de empleo en los servicios públicos
 - 7.2.4. Agentes colaboradores en la externalización de la intermediación: agencias de colocación y empresas de trabajo temporal
- 7.3. Prospección laboral (I)
 - 7.3.1. Datos estadísticos sobre el tejido empresarial
 - 7.3.2. Fuentes de información sobre el mercado laboral
 - 7.3.3. Indicadores del mercado de trabajo actual
 - 7.3.4. Yacimientos de empleo
- 7.4. Prospección laboral (II)
 - 7.4.1. Diagnóstico y análisis del mercado laboral
 - 7.4.2. La prospección y sus fases: acercamiento a la empresa y plan de captación
 - 7.4.3. Fidelizar y evaluar la relación con las empresas
 - 7.4.4. Gestión de la demanda de empleo y acompañamiento a la empresa
- 7.5. Las actividades de reclutamiento
 - 7.5.1. Conceptualización del reclutamiento: tipologías
 - 7.5.2. Procedimientos de reclutamiento en la era digital: eRecruitment
 - 7.5.3. El reclutamiento en las entidades colaboradoras de colocación
- 7.6. Itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
 - 7.6.1. Aspectos básicos y elementos que lo incluyen
 - 7.6.2. Elaboración de los itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
 - 7.6.3. Consideraciones especiales en colectivos con dificultades de inserción laboral

tech 22 | Plan de estudios

- 7.7. El régimen sancionador en materia de intermediación
 - 7.7.1. Las carencias sancionadoras del reclutamiento de mano de obra irregular: la orientación y la colocación
 - 7.7.2. El régimen sancionador en materia de formación
- 7.8. Cesión ilegal de trabajadores: marco normativo
 - 7.8.1. Las sucesivas reformas del concepto y la actual identificación de la cesión ilegal
 - 7.8.2. Cesiones ilegales interempresariales
 - 7.8.3. Consecuencias de la cesión ilícita
- 7.9. La colaboración público-privada en la intermediación laboral
 - 7.9.1. Modelos europeos de colaboración público-privada
 - 7.9.2. El Acuerdo Marco de colaboración público-privada tras la reforma laboral
 - 7.9.3. La convergencia de obligaciones formativas con los servicios públicos de empleo
- 7.10. Retos de las políticas de intermediación laboral en la era digital
 - 7.10.1. La intermediación laboral en agencias de colocación telemática
 - 7.10.2. La movilidad laboral y la globalización en las políticas de empleo
 - 7.10.3. La prospección laboral en la era digital

Módulo 8. Gestión Estratégica de la Igualdad y la Diversidad en los RRHH

- 8.1. Programas y políticas de empleo gubernamentales
 - 8.1.1. Conocimiento de las políticas de empleo gubernamentales vigentes
 - 8.1.2. Programas de subsidio al empleo
 - 8.1.3. El gobierno como otorgante de empleo
- 8.2. Políticas de pobreza y exclusión social
 - 8.2.1. Conceptualización de la pobreza en términos socioeconómicos
 - 8.2.2. Contextualización jurídica y social
 - 8.2.3. La pobreza y la inclusión social en las políticas de empleo
- 8.3. Grupos sociales y las dificultades en el empleo
 - 8.3.1. Identificación de los grupos sociales
 - 8.3.2. Prácticas laborales excluyentes
 - 8.3.3. Programas y leyes protectoras de los grupos sociales
- 8.4. Discapacidad en el entorno laboral
 - 8.4.1. Conceptualización de la discapacidad
 - 8.4.2. Programas de inclusión laboral en la empresa
 - 8.4.3. Incentivos gubernamentales

- 8.5. Programas de jóvenes y primer empleo
 - 8.5.1. Políticas de becarios y practicantes en la empresa
 - 8.5.2. Programas gubernamentales
 - 8.5.3. Retos del empleo juvenil en el contexto de transformación digital
- 8.6. Pensiones y jubilaciones
 - 8.6.1. Leyes correspondientes
 - 8.6.2. Sujetos de derecho a pensión o jubilación
- 8.7. Mujer y trabajo (I): violencia de género
 - 8.7.1. Contextualización de la violencia de género
 - 8.7.2. Programas empresariales contra la violencia de género
 - 8.7.3. La promoción del empleo en las mujeres víctimas de violencia de género
- 8.8. Mujer y trabajo (II): discriminación y marginación en el empleo
 - 8.8.1. La mujer en el contexto laboral a lo largo de la historia
 - 8.8.2. Discriminación en el empleo
 - 8.8.3. Sectores productivos de mayor empleabilidad para las mujeres
- 8.9. Inmigración y trabajo
 - 8.9.1. Tipos de inmigrantes
 - 8.9.2. Permisos de trabajo
 - 8.9.3. La participación del gobierno en la promoción de la migración legal
- 8.10. Administración de personal internacional
 - 8.10.1. Empresas globales
 - 8.10.2. Inmigrantes y expatriados
 - 8.10.3. Fomentar una cultura empresarial global

Módulo 9. Gestión del Entorno Laboral I

- 9.1. Introducción en la gestión del entorno laboral
 - 9.1.1. La cultura organizacional, el liderazgo y el conflicto
 - 9.1.2. Elementos básicos de la cultura organizacional
 - 9.1.3. Conflictos: conceptos y tipos
 - 9.1.4. La relación entre cultura y liderazgo: su relación con el conflicto
- 9.2. Introducción a la prevención de riesgos laborales
 - 9.2.1. Introducción a la seguridad y salud laboral
 - 9.2.2. Introducción a la ergonomía laboral
 - 9.2.3. Introducción a la prevención de riesgos psicosociales

- 9.3. Condiciones del entorno para personas con discapacidad
 - 9.3.1. NOM 030 SSA3-2013
 - 9.3.2. Tipos de discapacidad
 - 9.3.3. Adecuación correcta del lugar de trabajo
- 9.4. Igualdad de género en la organización
 - 9.4.1. Artículo 86 de la LFT
 - 9.4.2. Reglamento y sanciones en la organización
 - 9.4.3. Acciones para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en materia de empleo
- 9.5. Gestión de la inserción laboral
 - 9.5.1. La selección de personal
 - 9.5.2. Procesos de selección interna
 - 9.5.3. Procesos de selección externos
- 9.6. Ética y conducta empresarial
 - 9.6.1. El concepto de responsabilidad social
 - 9.6.2. Principios éticos que deben informar en la gestión de las empresas
 - 9.6.3. Responsabilidad social empresarial
 - 9.6.4. Responsabilidad social empresarial y mercadotecnia responsable
- 9.7. Clima laboral
 - 9.7.1. El clima en las organizaciones: concepto de clima laboral
 - 9.7.2. Dimensiones del clima laboral
 - 9.7.3. Medida del clima laboral
 - 9.7.4. Herramientas de medición cualitativa del clima laboral: análisis DAFO y PESTEL
- 9.8. Deterioro del clima laboral
 - 9.8.1. Riesgos psicosociales: burnout y mobbing
 - 9.8.2. Ausentismo laboral
- 9.9. Marco normativo de protección de datos
 - 9.9.1. Introducción a la protección de datos
 - 9.9.2. Ley federal de protección de datos en posesión de los particulares
 - 9.9.3. Multas y sanciones
- 9.10. Plan de mejora del clima laboral
 - 9.10.1. Prevención primaria, secundaria y terciaria
 - 9.10.2. Intervención en crisis
 - 9.10.3. Criterios esenciales de un plan de acción

Módulo 10. Gestión del Entorno Laboral II

- 10.1. Cambios en el diseño organizacional y cultural
 - 10.1.1. Evolución histórica de las configuraciones organizacionales: modelos actuales y tendencias en diseño organizacional
 - 10.1.2. El rol del gestor de entornos en el diseño en las organizaciones
- 10.2. Gestión del cambio en la cultura organizativa
 - 10.2.1. Las etapas del proceso de gestión del cambio
 - 10.2.2. Cambios en el entorno (socioeconómicos, demográficos, geopolíticos)
 - 10.2.3. Cambios en el modelo de negocio: rol actual y futuro del gestor del cambio como dinamizador del cambio en el modelo de negocio
 - 10.2.4. Transformación de los procesos
- 10.3. La transformación digital en las empresas
 - 10.3.1. El entorno laboral en la cuarta revolución industrial
 - 10.3.2. Elementos de la organización digital: alfabetismo digital e integración tecnológica
 - 10.3.3. Innovación en la era digital empresarial
 - 10.3.4. Planeación estratégica hacia la transformación digital
- 10.4. Relaciones interpersonales y liderazgo transformador
 - 10.4.1. Tendencias en la gestión de personas y equipos
 - 10.4.2. Transformación personal: herramientas y técnicas
- 10.5. Responsabilidad Social Corporativa
 - 10.5.1. La sostenibilidad empresarial y los principios morales de la RSC
 - 10.5.2. Gestión y administración de empresas socialmente responsables
 - 10.5.3. Planificación de objetivos de responsabilidad social
 - 10.5.4. Los interesados
 - 10.5.5. ISO 26000 de Responsabilidad Social Corporativa
 - 10.5.6. Gestión de la responsabilidad social. Modelo RS10
- 10.6. Mercadotecnia social en el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
 - 10.6.1. Aspectos claves de la mercadotecnia social
 - 10.6.2. La perspectiva ética de la mercadotecnia social
 - 10.6.3. Plan de mercadotecnia social
- 10.7. Programa de asistencia al empleado
 - 10.7.1. Introducción e historia de los programas de asistencia al empleado (PAE)
 - 10.7.2. Beneficios de los programas de asistencia al empleado (PAE)

tech 24 | Plan de estudios

- 10.8. Programa de bienestar de empleado
 - 10.8.1. Concepto de bienestar laboral
 - 10.8.2. Elaboración de programas de bienestar laboral
- 10.9. Plan de igualdad de oportunidades en la empresa
 - 10.9.1. La igualdad en el entorno laboral: marco normativo
 - 10.9.2. La figura del agente de igualdad en la empresa
 - 10.9.3. Elaboración de diagnóstico de necesidades en materia de igualdad empresarial
 - 10.9.4. Elaboración del plan de igualdad empresarial
- 10.10. Plan de comunicación integral en la empresa
 - 10.10.1. La comunicación interna en la empresa
 - 10.10.2. Procesos de comunicación externa empresarial: posicionamiento, *briefing* y estrategias de comunicación publicitaria
 - 10.10.3. Elaboración de un plan de comunicación empresarial

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. Sostenibilidad
 - 11.5.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Las empresas sostenibles
- 11.6. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.6.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
 - 11.6.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.6.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.7. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.7.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.7.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.7.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.7.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.8. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.8.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.8.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.8.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.9. Entorno legal y Corporate Governance
 - 11.9.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.9.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.9.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
 - 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
 - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.2.1. Análisis del potencial
 - 12.2.2. Política de retribución
 - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.3.1. La gestión del rendimiento
 - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso



Plan de estudios | 25 tech

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

Módulo 13. Dirección Económico - Financiera

- 13.1. Entorno económico
 - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 13.1.2. Instituciones financieras
 - 13.1.3. Mercados financieros
 - 13.1.4. Activos financieros
 - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad Directiva
 - 13.2.1. Conceptos básicos
 - 13.2.2. El Activo de la empresa
 - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 13.2.5. La Cuenta de Resultados

tech 26 | Plan de estudios

13.3.	Sistema	as de información y <i>Business Intelligence</i>		
	13.3.1.	Fundamentos y clasificación		
	13.3.2.	Fases y métodos de reparto de costes		
	13.3.3.	Elección de centro de costes y efecto		
13.4.	Presupu	uesto y Control de Gestión		
	13.4.1.	El modelo presupuestario		
	13.4.2.	El Presupuesto de Capital		
	13.4.3.	La Presupuesto de Explotación		
	13.4.4.	El Presupuesto de Tesorería		
	13.4.5.	Seguimiento del Presupuesto		
13.5.	Dirección Financiera			
	13.5.1.	Las decisiones financieras de la empresa		
	13.5.2.	El departamento financiero		
	13.5.3.	Excedentes de tesorería		
	13.5.4.	Riesgos asociados a la dirección financiera		
	13.5.5.	Gestión de riesgos de la dirección financiera		
13.6.	Planifica	ación Financiera		
	13.6.1.	Definición de la planificación financiera		
	13.6.2.	Acciones a efectuar en la planificación financiera		
	13.6.3.	Creación y establecimiento de la estrategia empresarial		
	13.6.4.	El cuadro Cash Flow		
	13.6.5.	El cuadro de circulante		
13.7.	Estrate	gia Financiera Corporativa		
	13.7.1.	Estrategia corporativa y fuentes de financiación		
	13.7.2.	Productos financieros de financiación empresarial		
13.8.	Financiación Estratégica			
	13.8.1.	La autofinanciación		
	13.8.2.	Ampliación de fondos propios		
	13.8.3.	Recursos Híbridos		
	13.8.4.	Financiación a través de intermediarios		
13.9.	Análisis y planificación financiera			
	13.9.1.	Análisis del Balance de Situación		
	13.9.2.	Análisis de la Cuenta de Resultados		

13.9.3. Análisis de la Rentabilidad

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- 14.1. Dirección comercial
 - 14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
 - 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
 - 14.1.3. El rol de los directores comerciales
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Concepto de Marketing
 - 14.2.2. Elementos básicos del marketing
 - 14.2.3. Actividades de marketing de la empresa
- 14.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
 - 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 14.4. Marketing digital y comercio electrónico
 - 14.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
 - 14.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
 - 14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
 - 14.4.4. Categorías del comercio electrónico
 - 14.4.5. Ventajas y desventajas del *E-commerce* frente al comercio tradicional
- 14.5. Marketing digital para reforzar la marca
 - 14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 14.5.2. Branded Content & Storytelling
- 14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 14.6.2. Visitor Relationship Management
 - 14.6.3. Hipersegmentación
- 14.7. Gestión de campañas digitales
 - 14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
 - 14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
 - 14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital

Plan de estudios | 27 tech

- 14.8. Estrategia de ventas
 - 14.8.1. Estrategia de ventas
 - 14.8.2. Métodos de ventas
- 14.9. Comunicación Corporativa
 - 14.9.1. Concepto
 - 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 14.9.5. Elementos de la comunicación
 - 14.9.6. Problemas de la comunicación
 - 14.9.7. Escenarios de la comunicación
- 14.10. Comunicación y reputación digital
 - 14.10.1. Reputación online
 - 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
 - 14.10.3. Herramientas de reputación online
 - 14.10.4. Informe de reputación online
 - 14.10.5. Branding online

Módulo 15. Management Directivo

- 15.1. General Management
 - 15.1.1. Concepto de General Management
 - 15.1.2. La acción del Manager General
 - 15.1.3. El Director General y sus funciones
 - 15.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 15.3. Dirección de operaciones
 - 15.3.1. Importancia de la dirección
 - 15.3.2. La cadena de valor
 - 15.3.3. Gestión de calidad
- 15.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 15.4.1. Comunicación interpersonal
 - 15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 15.4.3. Barreras en la comunicación

- 15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 15.5.1. La comunicación interpersonal
 - 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 15.5.3. La comunicación en la organización
 - 15.5.4. Herramientas en la organización
- 15.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 15.6.1. Crisis
 - 15.6.2. Fases de la crisis
 - 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 15.7. 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



Crearás estrategias laborales que transformarán el ambiente organizacional y mejorarán la productividad"





tech 30 | Objetivos docentes



Objetivos generales

- Desarrollar habilidades estratégicas en la gestión de Relaciones Sindicales
- Fortalecer competencias en negociación colectiva y resolución de conflictos laborales
- Proporcionar conocimientos sobre la legislación laboral y su aplicación en el entorno empresarial
- Fomentar la gestión de políticas inclusivas y equitativas en los recursos humanos
- Capacitar en la toma de decisiones éticas y responsables en la dirección de personas
- Promover el liderazgo efectivo en la creación de ambientes laborales armónicos y colaborativos



Mantendrás una comunicación transparente con los sindicatos y los empleados, previniendo malentendidos que puedan generar conflictos"





Objetivos específicos

Módulo 1. Teoría de las Relaciones Laborales

- Analizar las principales teorías y enfoques sobre las relaciones laborales para comprender su evolución y aplicación en el contexto actual
- Evaluar el impacto de las relaciones laborales en la productividad y bienestar organizacional

Módulo 2. Sociología del Trabajo

- Analizar las dinámicas sociales dentro del entorno laboral y su influencia en la estructura organizacional
- Identificar los factores sociológicos que afectan el comportamiento y la motivación de los trabajadores, y aplicar ese conocimiento para mejorar el clima laboral

Módulo 3. Estrategias y Métodos de Investigación Social

- Dominar las técnicas de investigación social aplicables al análisis de las relaciones laborales y la medición del clima organizacional
- Diseñar y ejecutar estudios que proporcionen datos relevantes para la toma de decisiones estratégicas en recursos humanos

Módulo 4. Economía Laboral y de Mercado

- Analizar las principales teorías económicas que afectan el mercado laboral y su impacto en las Relaciones Sindicales
- Desarrollar modelos de análisis económico que permitan evaluar la efectividad de las políticas laborales implementadas en las organizaciones

Módulo 5. Derecho del Trabajo

- Comprender las leyes y normativas laborales fundamentales que rigen las relaciones entre trabajadores y trabajadores
- Aplicar el conocimiento del derecho laboral en la resolución de conflictos y en la negociación de acuerdos entre las partes involucradas

Módulo 6. Derecho Laboral Colectivo

- Investigar el marco legal del derecho laboral colectivo y su implicación en la negociación sindical
- Desarrollar habilidades para gestionar los procesos de negociación colectiva y los acuerdos derivados de ella

Módulo 7. Gestión de Políticas en Intermediación Laboral

- Diseñar políticas efectivas para la intermediación laboral, promoviendo el entendimiento mutuo entre sindicatos y trabajadores
- Evaluar las mejores prácticas en la gestión de conflictos laborales, utilizando herramientas de mediación y negociación

Módulo 8. Gestión Estratégica de la Igualdad y la Diversidad en los RRHH

- Desarrollar e implementar estrategias que promuevan la igualdad de oportunidades y la diversidad en el lugar de trabajo
- Analizar el impacto de la diversidad en el rendimiento organizacional y en la cultura empresarial

tech 32 | Objetivos docentes

Módulo 9. Gestión del Entorno Laboral I

- Investigar las condiciones económicas, políticas y sociales que influyen en el entorno laboral y su impacto en las Relaciones Sindicales
- Desarrollar estrategias para adaptar la organización a los cambios del entorno laboral, mejorando la competitividad y la satisfacción de los empleados

Módulo 10. Gestión del Entorno Laboral II

- Analizar las tendencias globales que afectan el entorno laboral y cómo estas impactan en las políticas sindicales
- Identificar oportunidades para mejorar la relación entre la organización y los sindicatos en un contexto internacional

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

- Desarrollar habilidades de liderazgo ético que promuevan una cultura organizacional justa y respetuosa
- Diseñar e implementar estrategias de responsabilidad social empresarial que beneficien tanto a los empleados como a la comunidad

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- Establecer políticas efectivas de gestión del talento que fomentan el desarrollo profesional de los empleados
- Desarrollar estrategias para retener y motivar a los empleados clave, alineando sus objetivos con los de la organización





Módulo 13. Dirección Económico - Financiera

- Aplicar los principios de la gestión económico financiera en la planificación y ejecución de políticas laborales
- Evaluar el impacto económico de las decisiones relacionadas con los recursos humanos y las Relaciones Sindicales

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- Analizar cómo las relaciones laborales y sindicales pueden influir en la imagen y el posicionamiento de la empresa
- Desarrollar estrategias comerciales que alineen las necesidades del mercado con las políticas laborales internas

Módulo 15. Management Directivo

- Desarrollar competencias directivas esenciales para liderar equipos y gestionar Relaciones Sindicales de manera efectiva
- Implementar prácticas de gestión que optimicen los recursos humanos y fortalezcan las relaciones laborales dentro de la organización





tech 36 | Salidas profesionales

Perfil del egresado

El egresado será un profesional en gestión de relaciones laborales, negociación colectiva y liderazgo estratégico. De hecho, poseerá una visión integral de la legislación laboral y un enfoque ético en la resolución de conflictos. Asimismo, estará preparado para implementar políticas inclusivas y gestionará eficazmente la diversidad y la igualdad en los entornos laborales. Como resultado, su capacidad para tomar decisiones estratégicas, promover el diálogo entre empleados y compañeros, y fomentar un ambiente de trabajo positivo le permitirá contribuir al éxito y la sostenibilidad de las organizaciones.

¿Buscas desempeñarte en Relaciones Sindicales? Este programa universitario te dará las claves para lograrlo.

- Gestión Ética de las Relaciones Laborales: Tomar decisiones éticas en la gestión de recursos humanos, promoviendo un entorno laboral justo y transparente
- Cumplimiento Normativo y Asesoría Legal: Conocer la legislación laboral, asegurando el cumplimiento de las normativas y ofreciendo asesoría legal tanto a empresas como a sindicatos
- Gestión de la Diversidad y la Igualdad en el Trabajo: Desarrollar e implementar políticas inclusivas que promuevan la igualdad de oportunidades y el respeto por la diversidad dentro de la organización
- Liderazgo Transformador en Recursos Humanos: Liderar equipos multidisciplinarios y gestionar exitosamente el talento, alineando los objetivos organizacionales con las necesidades de los empleados



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

- 1. Director de Relaciones Laborales: Líder de las relaciones sindicales y laborales dentro de una organización, gestionando negociaciones, conflictos y políticas laborales que favorecen tanto a la empresa como a los empleados.
- **2. Consultor en Gestión de Relaciones Sindicales:** Asesor de organizaciones y sindicatos en la implementación de estrategias laborales, negociaciones colectivas y cumplimiento de la normativa laboral.
- 3. Responsable de Recursos Humanos y Relaciones Sindicales: Gestor de las políticas y estrategias de recursos humanos en relación con las relaciones laborales y sindicales, asegurando el bienestar de los empleados y el cumplimiento de las leyes laborales.
- **4. Director de Políticas de Igualdad y Diversidad:** Encargado de desarrollar e implementar políticas de igualdad de género y diversidad en el lugar de trabajo, asegurando que se cumplan los estándares éticos y legales.
- **5. Gerente de Desarrollo Organizacional y Relaciones Laborales:** Líder en la gestión del cambio organizacional, la resolución de conflictos laborales y la promoción de una cultura empresarial colaborativa y armónica entre la organización y sus empleados.
- **6. Asesor Legal en Derecho Laboral:** Asesor de empresas y sindicatos sobre el cumplimiento de normativas laborales, contratos colectivos y resolución de disputas legales.
- 7. Responsable de Negociación Colectiva: Gestor y coordinador las negociaciones entre los sindicatos y la organización, buscando acuerdos justos que optimicen las relaciones laborales y promuevan la productividad.

- **8. Director de Comunicación Laboral:** Encargado de gestionar la comunicación interna entre los empleados, los sindicatos y la dirección de la empresa, asegurando que los mensajes sean claros y alineados con los objetivos organizacionales.
- **9. Gestor de Clima Laboral y Relaciones Sindicales:** Responsable de medir y mejorar el clima laboral dentro de la organización, promoviendo relaciones laborales positivas y gestionando las expectativas tanto de empleados como de trabajadores.
- 10. Coordinador de Mediación y Resolución de Conflictos Laborales: Dedicado a la mediación de disputas laborales, trabajando directamente con sindicatos y organizaciones para resolver conflictos de manera efectiva y evitar escaladas de tensiones laborales.



Promoverás un ambiente de trabajo positivo, ayudando a las organizaciones a alcanzar sus objetivos y sostenibilidad a largo plazo"





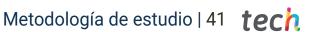
El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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.









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"

tech 42 | Metodología de estudio

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.



tech 44 | Metodología de estudio

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 mentoralumno, 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.

Metodología de estudio | 45 tech

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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

tech 46 | Metodología de estudio

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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

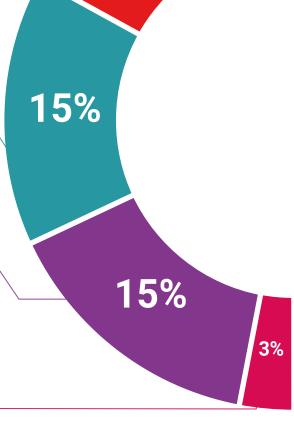
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

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

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





Lecturas complementarias

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



Case Studies

Completarás una selección de los mejores case studies de la materia.

Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

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

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



Guías rápidas de actuación

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







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

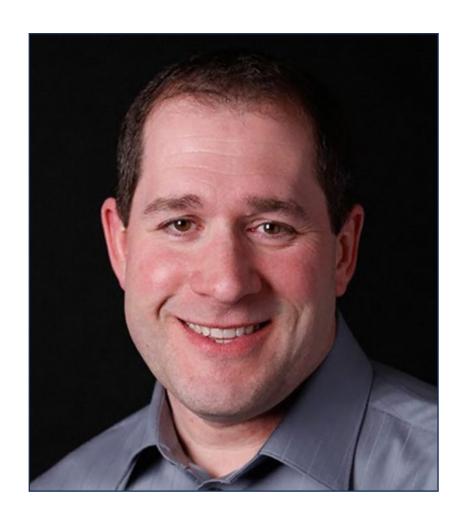


Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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



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

tech 54 | Cuadro docente

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 minoristas 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



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

Director Invitado Internacional

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"

tech 62 | Cuadro docente

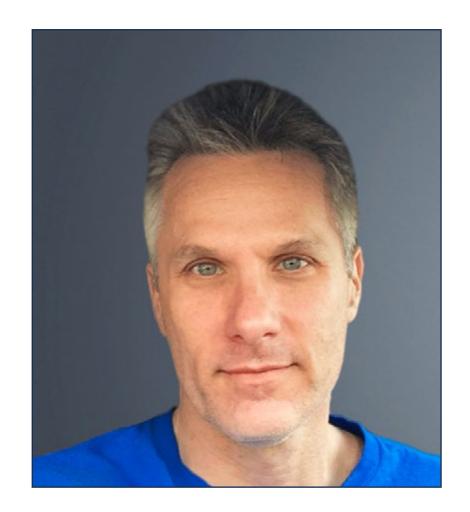
Director Invitado Internacional

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"

tech 64 | Cuadro docente

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!"





tech 68 | Titulación

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

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

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

TECH es miembro de **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 Relaciones Sindicales

Modalidad: online

Duración: 12 meses

Acreditación: 60 ECTS









Máster Título Propio MBA en Relaciones Sindicales

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

