

Grand Master

Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

Aval/Membresía



Economics, Business
and Enterprise Association

A photograph of several business professionals in a modern office setting. In the foreground, a man in a dark suit is shaking hands with another man in a grey suit. A woman in a white blazer and dark top stands between them. The background is bright and out of focus. The image is partially obscured by a diagonal white line and a gold-colored geometric shape in the bottom left corner.

tech
universidad



Grand Master

Alta Dirección de Recursos
Humanos, Experto en
Relaciones Sindicales

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-recursos-humanos-experto-relaciones-sindicales

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 36

05

Salidas profesionales

pág. 44

06

Metodología de estudio

pág. 48

07

Cuadro docente

pág. 58

08

Titulación

pág. 78

01

Presentación del programa

En el contexto actual de globalización y transformación digital, las organizaciones enfrentan desafíos sin precedentes en la gestión de su capital humano. Ante esto, la Alta Dirección de Recursos Humanos ha emergido como una función estratégica clave, encargada de alinear las políticas de personal con los objetivos corporativos y de fomentar un ambiente laboral inclusivo y productivo. Paralelamente, el papel de este programa universitario responde a un tema que se ha vuelto fundamental: mediar entre la dirección y los representantes de los trabajadores, facilitando negociaciones y resolviendo conflictos laborales de manera eficaz. En este escenario, TECH Universidad presenta un vanguardista posgrado enfocado en la Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales, basado en una modalidad 100% online.





“

Un programa exhaustivo y 100% online, exclusivo de TECH y con una perspectiva internacional respaldada por nuestra afiliación con la Economics, Business and Enterprise Association”

La gestión de los Recursos Humanos y las Relaciones Sindicales son factores determinantes para garantizar la estabilidad y la competitividad de cualquier organización en un entorno cambiante y exigente. Por ello, quienes asuman responsabilidades en estos ámbitos deberán dominar la negociación de acuerdos laborales, la mediación de conflictos y la promoción de una cultura corporativa alineada con los objetivos estratégicos de la empresa. Con este fin, TECH Universidad presenta el Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales, diseñado para proporcionar una visión integral y actualizada de los retos y oportunidades que implica la dirección del talento humano y la gestión sindical.

El Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales, desarrolla un itinerario estructurado que aborda desde los principios del comportamiento organizacional hasta la planificación de políticas de intermediación laboral. A lo largo de este programa universitario se profundiza en técnicas de liderazgo, estrategias para optimizar la relación con los sindicatos y herramientas para implementar políticas internas que favorezcan la cooperación entre empleados y representantes sindicales.

Para facilitar la asimilación de estos contenidos, TECH Universidad ofrece un entorno 100% online que brinda flexibilidad para gestionar horarios y evaluaciones de forma autónoma. A ello se suma el innovador método *Relearning*, basado en la reiteración inteligente de conceptos clave, optimizando la retención de información esencial. Además, se incluye una cuidada selección de *Masterclasses* impartidas por Directores Invitados Internacionales, que aportan una visión práctica y especializada para perfeccionar la intervención profesional en entornos de Alta Dirección de Recursos Humanos y Relaciones Sindicales.

Gracias a la membresía en la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, el egresado accederá a publicaciones, recursos digitales y seminarios online para mantenerse actualizado. Asimismo, podrá participar en conferencias anuales y optar al reconocimiento profesional EBEA, impulsando su crecimiento y excelencia profesional en economía y negocios.

Este **Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto 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 Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto 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 la Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto 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



Accederás a las Masterclasses especializadas, explorarás las tendencias más recientes del sector y ampliarás una visión global que reforzará tu perfil directivo”

“

Intervendrás en la resolución de disputas laborales, aplicarás técnicas avanzadas de mediación y arbitraje y garantizarás soluciones justas”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en 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.

Dispondrás de los recursos más innovadores y tendrás acceso permanente al Campus Virtual durante las 24 horas del día.

Aplicarás la Metodología Relearning de TECH Universidad para optimizar el tiempo y reducir horas extensas que otros métodos requieren.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

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.

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.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

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 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 diez idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



03

Plan de estudios

El itinerario de este programa universitario profundizará en factores que abarcan desde las particularidades del *management* directivo y la gestión del entorno laboral hasta los fundamentos de la economía laboral. De este modo, el egresado desarrollará competencias avanzadas para dirigir y motivar equipos multidisciplinarios hacia el logro de objetivos organizacionales. Además, adquirirá dominio de las leyes y regulaciones laborales, lo que permitirá garantizar el cumplimiento normativo y prevenir posibles contingencias legales dentro de cualquier contexto empresarial o institucional.



“

Dominarás estrategias avanzadas para captar, potenciar y mantener el talento clave en las organizaciones”

Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 1.1. Globalización y Gobernanza
 - 1.1.1. Globalización y tendencias: Internacionalización de mercados
 - 1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
 - 1.1.3. *Accountability* o Rendición de Cuentas
- 1.2. Liderazgo
 - 1.2.1. Entorno intercultural
 - 1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
 - 1.2.3. Roles y responsabilidades directivas
- 1.3. *Cross-Cultural Management*
 - 1.3.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
 - 1.3.2. La globalización en la gestión empresarial
 - 1.3.3. Liderazgo intercultural
- 1.4. *Management* y liderazgo
 - 1.4.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
 - 1.4.2. Política de Gestión y Procesos
 - 1.4.3. *Society and Enterprise*
- 1.5. Ética empresarial
 - 1.5.1. Ética e integridad
 - 1.5.2. Comportamiento ético en las empresas
 - 1.5.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
 - 1.5.4. Prevención del fraude y de la corrupción
 - 1.5.5. Finanzas e inversión responsables
- 1.6. Sostenibilidad
 - 1.6.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
 - 1.6.2. Impacto social, ambiental y económico
 - 1.6.3. Agenda 2030 y ODS
- 1.7. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 1.7.1. Responsabilidad Social de las empresas
 - 1.7.2. Roles y responsabilidades
 - 1.7.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa



- 1.8. Sistemas y herramientas de gestión responsable
 - 1.8.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social
 - 1.8.2. Integración de sistemas
 - 1.8.3. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral
 - 1.8.4. Auditorías
- 1.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 1.9.1. Globalización, derechos humanos y empresas multinacionales
 - 1.9.2. Multinacionales frente al Derecho internacional
 - 1.9.3. Instrumentos jurídicos específicos
- 1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 1.10.1. Normas Internacionales de Importación y Exportación
 - 1.10.2. Propiedad Intelectual e Industrial
 - 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo
- 2.5. Desarrollo de Nuevos Negocios y Consolidación de la Empresa
 - 2.5.1. Desarrollo de nuevos negocios
 - 2.5.2. Crecimiento y consolidación de la empresa
- 2.6. Planificación y estrategia
 - 2.6.1. Relevancia de la Dirección Estratégica en el proceso de Control de Gestión
 - 2.6.2. Análisis del entorno y la organización
 - 2.6.3. *Lean Management*
- 2.7. Modelos y Patrones Estratégicos
 - 2.7.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
 - 2.7.2. Estrategia Corporativa: Metodologías
 - 2.7.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa
- 2.8. Estrategia competitiva
 - 2.8.1. Análisis del mercado
 - 2.8.2. Ventaja competitiva sostenible
 - 2.8.3. Retorno de la inversión
- 2.9. Dirección Estratégica
 - 2.9.1. Misión, visión y valores estratégicos
 - 2.9.2. *Balanced Scorecard*/Cuadro de Mando
 - 2.9.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
 - 2.9.4. Dirección estratégica y *reporting*
- 2.10. Implantación de la estratégica
 - 2.10.1. Implantación estratégica: Objetivos, acciones e impactos
 - 2.10.2. Supervisión y alineación estratégica
 - 2.10.3. Enfoque de mejora continua
- 2.11. Ejecución de la estrategia
 - 2.11.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
 - 2.11.2. Mapa estratégico
 - 2.11.3. Diferenciación y alineamiento
- 2.12. Comunicación estratégica
 - 2.12.1. Comunicación interpersonal
 - 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 2.12.3. Comunicación interna y plan de comunicación integral
 - 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

- 2.1. Análisis y diseño organizacional
 - 2.1.1. Cultura organizacional
 - 2.1.2. Análisis organizacional
 - 2.1.3. Diseño de la estructura organizacional
- 2.2. Estrategia Corporativa
 - 2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
 - 2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
 - 2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
 - 2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional
- 2.3. Planificación y Formulación Estratégica
 - 2.3.1. Pensamiento estratégico
 - 2.3.2. Formulación y Planificación estratégica
 - 2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa
- 2.4. Implementación de Estrategias Corporativas
 - 2.4.1. *Driving Corporate Strategy*
 - 2.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
 - 2.4.3. *Framing Corporate Strategy*

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- 3.1. Comportamiento organizacional
 - 3.1.1. Teoría de las organizaciones
 - 3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
 - 3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento
 - 3.1.4. Cultura organizacional
 - 3.1.5. Comportamiento y cambios organizativos
 - 3.1.6. Las personas en las organizaciones
 - 3.1.7. Pensamiento estratégico y sistema
 - 3.1.8. Planificación y gestión de proyectos del departamento de RR. HH
 - 3.1.9. Diseño organizativo estratégico
 - 3.1.10. Bases financieras y contables para la gestión de RR. HH
- 3.2. Las personas en las organizaciones
 - 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
 - 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
 - 3.2.3. *Coaching* y gestión de equipos
 - 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 3.3. Dirección estratégica de personas
 - 3.3.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
 - 3.3.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
 - 3.3.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
 - 3.3.4. Formación y desarrollo profesional
- 3.4. Análisis del puesto de trabajo
- 3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR. HH
- 3.6. Gestión de recursos humanos por competencias
- 3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
- 3.8. Gestión de la formación
- 3.9. Gestión del talento
- 3.10. Innovación en gestión del talento y las personas
- 3.11. Motivación
- 3.12. *Employer Branding*
- 3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño
- 3.14. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 3.14.1. Capacidades directivas: Competencias y habilidades del siglo XXI
 - 3.14.2. Habilidades no directivas
 - 3.14.3. Mapa de competencias y habilidades
 - 3.14.4. Liderazgo y dirección de personas
- 3.15. Gestión del tiempo
 - 3.15.1. Planificación, organización y control
 - 3.15.2. Metodología de la gestión del tiempo
 - 3.15.3. Planes de acción
 - 3.15.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo
- 3.16. Gestión del cambio
 - 3.16.1. Análisis del rendimiento
 - 3.16.2. Planteamiento estratégico
 - 3.16.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
 - 3.16.4. Enfoque de mejora continua
- 3.17. Negociación y gestión de conflictos
 - 3.17.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
 - 3.17.2. Técnicas de negociación efectiva
 - 3.17.3. Conflictos: factores y tipologías
 - 3.17.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación
 - 3.17.5. Comunicación interpersonal
 - 3.17.6. Conflictos interpersonales
 - 3.17.7. Negociación intercultural
- 3.18. Comunicación directiva
 - 3.18.1. Análisis del rendimiento
 - 3.18.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
 - 3.18.3. Gestión de procesos de cambio
 - 3.18.4. Gestión de equipos multiculturales

- 3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL
 - 3.19.1. Gestión de Recursos Humanos
 - 3.19.2. Gestión de equipos
 - 3.19.3. Plan de Prevención de Riesgos Laborales
- 3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 3.20.1. La productividad
 - 3.20.2. Palancas para productividad
 - 3.20.3. Palancas de atracción, retención y atracción de talento
- 3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria
 - 3.21.1. Modelos de bandas salariales
 - 3.21.2. Modelos de compensación no monetaria
 - 3.21.3. Compensación monetaria vs. No monetaria
- 3.22. Gestión de equipos y desempeño de personas
 - 3.22.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
 - 3.22.2. Gestión de equipos y de personas
 - 3.22.3. *Coaching* y desempeño de personas
 - 3.22.4. Reuniones directivas: Planificación y gestión de tiempos
- 3.23. Gestión del conocimiento y del talento
 - 3.23.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
 - 3.23.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
 - 3.23.3. Creatividad e innovación
- 3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital
 - 3.24.1. Nuevas formas de organización y nuevas metodologías de trabajo
 - 3.24.2. Habilidades digitales y *Professional Brand*
 - 3.24.3. HR y *Data Analysis*
 - 3.24.4. Gestión de personas en la era digital

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- 4.1. Entorno Económico
 - 4.1.1. Teoría de las organizaciones
 - 4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
 - 4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento
- 4.2. La financiación de la empresa
 - 4.2.1. Fuentes de financiación
 - 4.2.2. Tipos de coste en la financiación
 - 4.2.2.1. El coste del capital propio
 - 4.2.2.2. El coste de la deuda
 - 4.2.2.3. El coste medio ponderado de capital (WACC) en la valoración de proyectos de inversión
- 4.3. Contabilidad Directiva
 - 4.3.1. Marco internacional de Contabilidad
 - 4.3.2. Introducción al ciclo contable
 - 4.3.3. Estados Contables de las empresas
- 4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes
 - 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
 - 4.4.2. El stock en contabilidad general y en contabilidad de costes
 - 4.4.3. El gasto en la contabilidad general y la contabilidad de costes
 - 4.4.4. Clasificación de los costes
- 4.5. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 4.5.1. Fundamentos y clasificación
 - 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto
- 4.6. Presupuesto y Control de Gestión
 - 4.6.1. Planificación Presupuestaria
 - 4.6.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
 - 4.6.3. Supervisión y *reporting*

- 4.7. Gestión de tesorería
 - 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
 - 4.7.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
 - 4.7.3. *Credit Management*
 - 4.7.4. Gestión de fondos, patrimonios y *Family Offices*
- 4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas
 - 4.8.1. Responsabilidad fiscal corporativa
 - 4.8.2. Procedimiento tributario: Aproximación a un caso-país
- 4.9. Sistemas de control de las empresas
 - 4.9.1. Tipologías de Control
 - 4.9.2. Cumplimiento Normativo/*Compliance*
 - 4.9.3. Auditoría Interna
 - 4.9.4. Auditoría Externa
- 4.10. Dirección Financiera
 - 4.10.1. Introducción a la Dirección Financiera
 - 4.10.2. Dirección Financiera y estrategia corporativa
 - 4.10.3. Director Financiero (CFO): competencias directivas
- 4.11. Planificación Financiera
 - 4.11.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
 - 4.11.2. Herramientas de análisis financiero
 - 4.11.3. Planificación Financiera a corto plazo
 - 4.11.4. Planificación Financiera a largo plazo
- 4.12. Estrategia Financiera Corporativa
 - 4.12.1. Inversiones Financieras Corporativas
 - 4.12.2. Crecimiento estratégico: tipologías
- 4.13. Contexto Macroeconómico
 - 4.13.1. Análisis Macroeconómico
 - 4.13.2. Indicadores de coyuntura
 - 4.13.3. Ciclo económico

- 4.14. Financiación Estratégica
 - 4.14.1. Negocio Bancario: Entorno actual
 - 4.14.2. Análisis y gestión del riesgo
- 4.15. Mercados monetarios y de capitales
 - 4.15.1. Mercado de Renta Fija
 - 4.15.2. Mercado de Renta Variable
 - 4.15.3. Valoración de empresas
- 4.16. Análisis y planificación financiera
 - 4.16.1. Análisis del balance de situación
 - 4.16.2. Análisis de la cuenta de resultados
 - 4.16.3. Análisis de la rentabilidad
- 4.17. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 4.17.1. Metodología de Resolución de Problemas
 - 4.17.2. Método del Caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- 5.1. Dirección y Gestión de Operaciones
 - 5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
 - 5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
 - 5.1.3. Sistemas de indicadores
- 5.2. Organización industrial y logística
 - 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
 - 5.2.2. Departamento de Logística Interna
 - 5.2.3. Departamento de Logística Externa
- 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATQ, ETO etc.)
 - 5.3.1. Sistema y estrategias de producción
 - 5.3.2. Sistema de gestión de inventario
 - 5.3.3. Indicadores de producción
- 5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento
 - 5.4.1. Función de aprovisionamiento
 - 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
 - 5.4.3. Proceso de decisión de la compra

- 5.5. Control económico de compras
 - 5.5.1. Diseño avanzado de almacenes
 - 5.5.2. *Picking y Sorting*
 - 5.5.3. Control de flujo de materiales
- 5.6. Control de las operaciones de almacén
 - 5.6.1. Operaciones de almacén
 - 5.6.2. Control de inventario y sistemas de ubicación
 - 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
- 5.7. Dirección de compras
 - 5.7.1. Gestión de Stocks
 - 5.7.2. Gestión de Almacenes
 - 5.7.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento
- 5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)
 - 5.8.1. Cadena de suministro
 - 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena de suministro
 - 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro
- 5.9. *Supply Chain management*
 - 5.9.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
 - 5.9.2. Cambio en los patrones de demanda
 - 5.9.3. Cambio en la estrategia de las operaciones
- 5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
 - 5.10.1. Áreas a considerar en la interacción
 - 5.10.2. Interrelaciones en SCM
 - 5.10.3. Problemas de integración en SCM
- 5.11. Costes de la logística
 - 5.11.1. Costes a considerar según área
 - 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
 - 5.11.3. Optimización de costes logísticos
- 5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS
 - 5.12.1. Rentabilidad y eficiencia de las mediaciones
 - 5.12.2. Indicadores generales de cadenas logísticas
 - 5.12.3. Indicadores específicos
- 5.13. Procesos logísticos
 - 5.13.1. Organización y gestión por procesos
 - 5.13.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
 - 5.13.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
 - 5.13.4. Servicio posventa
- 5.14. Logística de Transporte y distribución clientes
 - 5.14.1. Análisis de demanda y previsión
 - 5.14.2. Previsión y planificación de ventas
 - 5.14.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*
- 5.15. Logística y clientes
 - 5.15.1. Análisis de demanda y previsión
 - 5.15.2. Previsión y planificación de ventas
 - 5.15.3. *Collaborative Planning Forecasting and Replacement*
- 5.16. Logística internacional
 - 5.16.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
 - 5.16.2. Formas y medios de pago internacional
 - 5.16.3. Plataformas logísticas a nivel internacional
- 5.17. Outsourcing de operaciones
 - 5.17.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
 - 5.17.2. Formas y medios de pago internacional
 - 5.17.3. Plataformas logísticas a nivel internacional
- 5.18. Competitividad en operaciones
 - 5.18.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
 - 5.18.2. Tecnologías y ciencias emergentes
 - 5.18.3. Sistemas de información en las operaciones
- 5.19. Gestión de la calidad
 - 5.19.1. La calidad total
 - 5.19.2. Sistema de gestión de la calidad ISO 9001:15
 - 5.19.3. Sistemas integrados de gestión
 - 5.19.4. La Excelencia en la Gestión: modelo EFQM
 - 5.19.5. Herramientas de la calidad

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- 6.1. Entornos tecnológicos
 - 6.1.1. Sistemas de información empresarial
 - 6.1.2. Decisiones estratégicas
 - 6.1.3. Rol del CIO
- 6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
 - 6.2.1. Evolución del modelo de IT
 - 6.2.2. Organización y Departamento IT
 - 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico
- 6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
 - 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
 - 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
 - 6.3.3. Estrategia Corporativa vs. Estrategia tecnológica y digital
- 6.4. Dirección de Sistemas de Información
 - 6.4.1. Análisis de empresa y sectores industriales
 - 6.4.2. Modelos de negocio basados en internet
 - 6.4.3. El valor de la IT en la empresa
- 6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información
 - 6.5.1. El proceso de planificación estratégica
 - 6.5.2. Formulación de la estrategia de SI
 - 6.5.3. Plan de implantación de la estrategia
- 6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
 - 6.6.1. *Business Intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral
- 6.7. Sistemas de Información y *Business Intelligence*
 - 6.7.1. CRM y *Business Intelligence*
 - 6.7.2. Gestión de Proyectos de *Business Intelligence*
 - 6.7.3. Arquitectura de *Business Intelligence*
- 6.8. *Business Intelligence* empresarial
 - 6.8.1. El mundo del dato
 - 6.8.2. Conceptos relevantes
 - 6.8.3. Principales características
 - 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
 - 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
 - 6.8.6. Ciberseguridad en BI y *Data Science*
- 6.9. Nuevo concepto empresarial
 - 6.9.1. Por qué BI
 - 6.9.2. Obtención de la información
 - 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
 - 6.9.4. Razones por las que invertir en BI
- 6.10. Herramientas y soluciones BI
 - 6.10.1. Elección de la mejor herramienta
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
 - 6.10.4. Prometheus
- 6.11. Planificación y dirección Proyecto BI
 - 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
 - 6.11.2. Solución BI para tu empresa
 - 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos
- 6.12. Aplicaciones de gestión corporativa
 - 6.12.1. Modelos de negocio de base tecnológica
 - 6.12.2. Capacidades para innovar
 - 6.12.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor
- 6.13. Transformación Digital
 - 6.13.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
 - 6.13.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
 - 6.13.3. *eCommerce* como oportunidad de Internacionalización
- 6.14. Tecnologías y tendencias
 - 6.14.1. Estrategias en Social Media
 - 6.14.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
 - 6.14.3. Regulación digital

- 6.15. Outsourcing de TI
 - 6.15.1. *Mobile eCommerce*
 - 6.15.2. Diseño y usabilidad
 - 6.15.3. Operaciones del Comercio Electrónico

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- 7.1. Gestión Comercial
 - 7.1.1. Marco Conceptual de la innovación
 - 7.1.2. Tipologías de innovación
 - 7.1.3. Innovación continua y discontinua
 - 7.1.4. Formación e Innovación
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Innovación y estrategia corporativa
 - 7.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
 - 7.2.3. Talleres de innovación
- 7.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 7.3.1. Metodología Lean Startup
 - 7.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
 - 7.3.3. Modalidades de financiación
 - 7.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo Canvas y métricas
 - 7.3.5. Crecimiento y fidelización
- 7.4. Marketing digital y comercio electrónico
- 7.5. *Managing digital business*
- 7.6. Marketing digital para reforzar la marca
- 7.7. Estrategia de Marketing Digital
 - 7.7.1. Oportunidades de innovación
 - 7.7.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
 - 7.7.3. Definición y diseño de los proyectos
 - 7.7.4. Ejecución de los Proyectos
 - 7.7.5. Cierre de Proyectos
- 7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
- 7.9. Gestión de campañas digitales
- 7.10. Plan de marketing online

- 7.11. *Blended marketing*
- 7.12. Estrategia de ventas y de comunicación
- 7.13. Comunicación Corporativa RR. HH
- 7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa
- 7.15. Comunicación y reputación digital
 - 7.15.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online
 - 7.15.2. Informe de reputación online
 - 7.15.3. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
 - 7.15.4. *Branding y networking 2.0*

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 8.1. Investigación de Mercados (Dirección comercial)
 - 8.1.1. Dirección de ventas
 - 8.1.2. Estrategia comercial
 - 8.1.3. Técnicas de venta y de negociación
 - 8.1.4. Dirección de equipos de ventas
- 8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
 - 8.2.1. Variables y escalas de medida
 - 8.2.2. Fuentes de información
 - 8.2.3. Técnicas de muestreo
 - 8.2.4. Tratamiento y análisis de los datos
- 8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
 - 8.3.1. Técnicas directas: *Focus Group*
 - 8.3.2. Técnicas antropológicas
 - 8.3.3. Técnicas indirectas
 - 8.3.4. *Two Face Mirror* y método Delphi
- 8.4. Segmentación de mercados
 - 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
 - 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
 - 8.4.3. Tipologías de mercado
 - 8.4.4. Concepto y análisis de la demanda
 - 8.4.5. Segmentación y criterios
 - 8.4.6. Definición de público objetivo

- 8.5. Gestión de proyectos de investigación
 - 8.5.1. Herramientas de análisis de información
 - 8.5.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
 - 8.5.3. Evaluación de viabilidad de proyectos
- 8.6. La investigación de mercados internacionales
 - 8.6.1. Introducción a la investigación de mercados internacionales
 - 8.6.2. Proceso de la investigación de mercados internacionales
 - 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en la Investigación Internacional
- 8.7. Los estudios de viabilidad
 - 8.7.1. Obtención de información de comportamientos y motivos de compra
 - 8.7.2. Análisis y valoración de la oferta competitiva
 - 8.7.3. Estructura y potencial de mercado
 - 8.7.4. Intención de compra
 - 8.7.5. Resultados de Viabilidad
- 8.8. Publicidad
 - 8.8.1. Marketing e impacto en la empresa
 - 8.8.2. Variables básicas del Marketing
 - 8.8.3. Plan de marketing
- 8.9. Desarrollo del plan de Marketing
 - 8.9.1. Análisis y diagnóstico
 - 8.9.2. Decisiones estratégicas
 - 8.9.3. Decisiones operativas
- 8.10. Estrategias de promoción y *Merchandising*
 - 8.10.1. Gestión de la publicidad
 - 8.10.2. Plan de comunicación y medios
 - 8.10.3. El *Merchandising* como técnica de Marketing
 - 8.10.4. *Visual Merchandising*
- 8.11. Planificación de medios
 - 8.11.1. Fuentes de la innovación
 - 8.11.2. Tendencias actuales en Marketing
 - 8.11.3. Herramientas de Marketing
 - 8.11.4. Estrategia de marketing y comunicación con los clientes

- 8.12. Fundamentos de la dirección comercial
 - 8.12.1. Análisis interno y externo. DAFO
 - 8.12.2. Análisis sectorial y competitivo
 - 8.12.3. Modelo Canvas
- 8.13. Negociación comercial
- 8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
- 8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
- 8.16. Implementación de la función comercial
- 8.17. *Key account management*
- 8.18. Gestión financiera y presupuestaria

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- 9.1. Innovación
 - 9.1.1. Marco Conceptual de la innovación
 - 9.1.2. Tipologías de innovación
 - 9.1.3. Innovación continua y discontinua
 - 9.1.4. Formación e Innovación
- 9.2. Estrategia de Innovación
 - 9.2.1. Innovación y estrategia corporativa
 - 9.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
 - 9.2.3. Talleres de innovación
- 9.3. Creación de una *startup*
 - 9.3.1. De la idea al modelo empresarial
 - 9.3.2. Los socios
 - 9.3.3. Consideraciones jurídicas
 - 9.3.4. Organización y cultura
 - 9.3.5. Capital Riesgo y Gestión Emprendedora
- 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
 - 9.4.1. Metodología *Lean Startup*
 - 9.4.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
 - 9.4.3. Modalidades de financiación
 - 9.4.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo Canvas y métricas
 - 9.4.5. Crecimiento y fidelización

- 9.5. Dirección y Gestión de Proyectos
 - 9.5.1. Oportunidades de innovación
 - 9.5.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
 - 9.5.3. Definición y diseño de los proyectos
 - 9.5.4. Ejecución de los Proyectos
 - 9.5.5. Cierre de Proyectos
- 9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación
- 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
- 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
- 9.9. *Project Management* para Startups
- 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

Módulo 10. *Management* Directivo

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concepto de General Management
 - 10.1.2. La acción del director general
 - 10.1.3. El director general y sus funciones
 - 10.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 10.2. *Management* Directivo
 - 10.2.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
 - 10.2.2. *Management* directivo y desarrollo de procesos
 - 10.2.3. Política de Gestión y Procesos
 - 10.2.4. *Society and Enterprise*
 - 10.2.5. *Knowledge Management*
- 10.3. Las personas en las organizaciones
 - 10.3.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
 - 10.3.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
 - 10.3.3. Coaching y gestión de equipos
 - 10.3.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 10.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 10.4.1. Comunicación interpersonal
 - 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 10.4.3. Barreras para la comunicación
- 10.5. Comunicación Personal y Organizacional
 - 10.5.1. La comunicación y objetivos
 - 10.5.2. Aplicar las habilidades de la comunicación
 - 10.5.3. La comunicación en las organizaciones
 - 10.5.4. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 10.5.5. Elaboración de un plan de comunicación corporativo
 - 10.5.6. Departamento de comunicación en la organización
 - 10.5.7. Ventajas de la comunicación interna
 - 10.5.8. Estrategias de comunicación externa
 - 10.5.9. Comunicación Corporativa 2.0
 - 10.5.10. Gestión de crisis en la comunicación
- 10.6. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 10.6.1. Concepto de desarrollo directivo
 - 10.6.2. Concepto de liderazgo
 - 10.6.3. Teorías del liderazgo
 - 10.6.4. Estilos de liderazgo
 - 10.6.5. La inteligencia en el liderazgo
 - 10.6.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 10.7. Liderazgo 2.0
 - 10.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 10.7.2. Motivación
 - 10.7.3. Inteligencia emocional
 - 10.7.4. Capacidades y habilidades del líder 2.0
 - 10.7.5. Reuniones eficaces
- 10.8. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 10.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
 - 10.8.2. Método del Caso
 - 10.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones
- 10.9. Negociación y resolución de conflictos
 - 10.9.1. Técnicas de negociación efectiva
 - 10.9.2. Conflictos interpersonales
 - 10.9.3. Negociación intercultural

- 10.10. Gestión del tiempo
 - 10.10.1. Planificación, organización y control
 - 10.10.2. Metodología de la gestión del tiempo
 - 10.10.3. Planes de acción
 - 10.10.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

Módulo 11. Proceso de gestión y administración de RR. HH

- 11.1. Evolución de los RR. HH. Una visión integrada
- 11.2. Pensamiento estratégico y sistema
- 11.3. Planificación y gestión de proyectos del departamento de RR. HH
- 11.4. Diseño organizativo estratégico
- 11.5. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
- 11.6. Liderazgo estratégico
- 11.7. Auditoría y control de la función de RR. HH

Módulo 12. Comportamiento organizacional

- 12.1. Cultura organizacional
- 12.2. Estructura de la organización
- 12.3. Dirección de la organización
- 12.4. Comportamiento y cambios organizativos
- 12.5. Poder y política
- 12.6. Organización del Departamento de RR. HH
- 12.7. Las personas en las organizaciones
- 12.8. Gestión del conocimiento

Módulo 13. *Executive coaching*

- 13.1. *Neuromanagement*
- 13.2. Autocontrol y autoeficacia
- 13.3. *Coaching*
- 13.4. Psicología positiva
- 13.5. Dirección e inteligencia emocional
- 13.6. Empatía y colaboración
- 13.7. Gestión del tiempo

Módulo 14. Comunicación estratégica

- 14.1. La comunicación en las organizaciones
- 14.2. Comunicación interna y plan de comunicación integral
- 14.3. Comunicación interpersonal
- 14.4. Comunicación abierta
- 14.5. Negociación

Módulo 15. Transformación de los Recursos Humanos en la era digital

- 15.1. Nuevas formas de organización y nuevas metodologías de trabajo
- 15.2. Habilidades digitales y *Professional Brand*
- 15.3. RH y *data* análisis
- 15.4. Gestión de personas en la era digital

Módulo 16. Teoría de las relaciones laborales

- 16.1. Historia de las relaciones laborales
 - 16.1.1. Marco conceptual y definición (conceptos básicos de empleo, trabajo)
 - 16.1.2. Evolución histórica de las relaciones laborales
 - 16.1.3. La sociedad del conocimiento en el S.XXI
- 16.2. Evolución de las formas de trabajo
 - 16.2.1. Las relaciones laborales y los mercados de trabajo
 - 16.2.2. La teoría de la segmentación del mercado de trabajo y sus prácticas
- 16.3. Socialismo – Comunismo en las relaciones laborales
 - 16.3.1. Marco conceptual del socialismo y del comunismo
 - 16.3.2. Breve descripción histórica
 - 16.3.3. Las relaciones laborales bajo el marco político comunista
 - 16.3.4. Las relaciones laborales bajo el marco político del socialismo
- 16.4. Liberalismo- Capitalismo en las relaciones laborales
 - 16.4.1. Concepto de liberalismo *versus* capitalismo
 - 16.4.2. El capitalismo a lo largo de la historia de la economía
 - 16.4.3. Las relaciones laborales bajo el prisma del capitalismo económico
- 16.5. Derecho sindical
 - 16.5.1. El sindicalismo
 - 16.5.2. Fundamentos del derecho sindical
 - 16.5.3. El papel de la negociación colectiva

- 16.6. Representación de los trabajadores
 - 16.6.1. Concepto
 - 16.6.2. Marco regulador
 - 16.6.3. Negociación
 - 16.7. La intervención estatal en las relaciones laborales
 - 16.7.1. Marco histórico
 - 16.7.2. La intervención pública en la configuración de las relaciones laborales individuales
 - 16.7.3. Contratos laborales, jornadas laborales, salario y prestaciones
 - 16.8. Institucionalismo y pluralismo
 - 16.8.1. Conceptualización y encuadre dentro de las teorías del Estado
 - 16.8.2. El institucionalismo
 - 16.8.3. El pluralismo
 - 16.9. Corporativismo
 - 16.9.1. Conceptualización
 - 16.9.2. Tipos de corporativismo en el panorama internacional
 - 16.10. Las políticas sociales en el ámbito internacional
 - 16.10.1. Políticas sociales (convergencias y divergencias)
 - 16.10.2. Modelos de intervención
 - 16.10.3. El Estado de Bienestar
- Módulo 17. Sociología del trabajo**
- 17.1. Concepto de sociología del trabajo
 - 17.1.1. Introducción, objetivos y concepto de sociología
 - 17.1.2. Concepto del trabajo
 - 17.1.3. Concepto de sociología del trabajo
 - 17.1.4. Campo de acción de la sociología del trabajo
 - 17.2. Estudio de la conducta humana en la sociedad
 - 17.2.1. La acción humana, medios y fines
 - 17.2.2. La producción y los trabajadores
 - 17.2.3. El impacto del crecimiento de la población en el trabajo
 - 17.3. Aspectos económicos. Estudio de la sociología del trabajo
 - 17.3.1. Teoría del valor en los economistas clásicos
 - 17.3.2. Teoría del valor en Karl Marx
 - 17.3.3. Críticas a la teoría del valor trabajo
 - 17.3.4. El Keynesianismo
 - 17.4. Evolución histórica y contexto social del trabajo
 - 17.4.1. El trabajo en la antigüedad
 - 17.4.2. La revolución industrial
 - 17.4.3. El desarrollo de la sociedad industrial y sus efectos laborales
 - 17.4.4. De la sociedad industrial a la sociedad postindustrial
 - 17.4.5. El trabajo en la sociedad de la información
 - 17.5. Historia de las principales teorías sociológicas del trabajo y de las organizaciones
 - 17.5.1. Teorías sociológicas del trabajo
 - 17.5.2. Teorías sociológicas contemporáneas del trabajo
 - 17.5.3. Taylor y la organización científica del trabajo
 - 17.6. El comportamiento grupal en las organizaciones
 - 17.6.1. Análisis del proceso de trabajo
 - 17.6.2. Los recursos humanos. Trabajo mecánico y creatividad
 - 17.6.3. El orden social en las organizaciones. Cosmos y taxis
 - 17.7. Sociología de las relaciones laborales en la empresa
 - 17.7.1. Teorías de la subjetividad
 - 17.7.2. Teorías del mercado de trabajo
 - 17.7.3. Sociología de las relaciones laborales
 - 17.8. Aspectos centrales en las organizaciones
 - 17.8.1. Los distintos roles dentro de la organización
 - 17.8.2. Estructuras organizativas
 - 17.9. Paradigma tecnológico y mercado de trabajo
 - 17.9.1. El impacto de la innovación
 - 17.9.2. La innovación en la empresa moderna
 - 17.9.3. La automatización en la producción
 - 17.9.4. Gestión de datos e Inteligencia Artificial

- 17.10. Retos del mercado de trabajo en el S.XXI
 - 17.10.1. Los sindicatos en el siglo XXI
 - 17.10.2. Manifestaciones y huelgas de trabajadores
 - 17.10.3. El futuro del trabajo
 - 17.10.4. La inmigración y el mercado de trabajo
 - 17.10.5. Emigración, globalización y trabajo

Módulo 18. Estrategias y métodos de investigación social

- 18.1. Nociones básicas sobre investigación: La ciencia y el método científico
 - 18.1.1. Definición del método científico
 - 18.1.2. Método analítico
 - 18.1.3. Método sintético
 - 18.1.4. Método inductivo
 - 18.1.5. El pensamiento cartesiano
 - 18.1.6. Las reglas del método cartesiano
 - 18.1.7. La duda metódica
 - 18.1.8. El primer principio cartesiano
 - 18.1.9. Los procedimientos de inducción según J. Mill Stuart
- 18.2. El proceso general de la investigación: enfoque cuantitativo y cualitativo
 - 18.2.1. Presupuestos epistemológicos
 - 18.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio
 - 18.2.3. Relación sujeto - objeto
 - 18.2.4. Objetividad
 - 18.2.5. Procesos metodológicos
 - 18.2.6. La integración de métodos
- 18.3. Paradigmas de investigación y métodos derivados de ellos
 - 18.3.1. ¿Cómo surgen las ideas de investigación?
 - 18.3.2. ¿Qué investigar en educación?
 - 18.3.3. Planteamiento del problema de investigación
 - 18.3.4. Antecedentes, justificación y objetivos de la investigación
 - 18.3.5. Fundamentación teórica
 - 18.3.6. Hipótesis, variables y definición de conceptos operativos
 - 18.3.7. Selección del diseño de investigación
 - 18.3.8. El muestreo en estudios cuantitativos y cualitativos
- 18.4. Proceso y etapas de la investigación cuantitativa
 - 18.4.1. Fase 1: Fase conceptual
 - 18.4.2. Fase 2: Fase de planificación y diseño
 - 18.4.3. Fase 3: Fase empírica
 - 18.4.4. Fase 4: Fase analítica
 - 18.4.5. Fase 5: Fase de difusión
- 18.5. Tipos de investigación cuantitativa
 - 18.5.1. Investigación histórica
 - 18.5.2. Investigación correlacional
 - 18.5.3. Estudio de caso
 - 18.5.4. Investigación "ex post facto" sobre hechos cumplidos
 - 18.5.5. Investigación cuasiexperimental
 - 18.5.6. Investigación experimental
- 18.6. Proceso y etapas de la investigación cualitativa
 - 18.6.1. Fase 1: Fase preparatoria
 - 18.6.2. Fase 2: Fase de campo
 - 18.6.3. Fase 3: Fase analítica
 - 18.6.4. Fase 4: Fase informativa
- 18.7. Tipos de investigación cualitativa
 - 18.7.1. La etnografía
 - 18.7.2. La teoría fundamentada
 - 18.7.3. La fenomenología
 - 18.7.4. El método biográfico y la historia de vida
 - 18.7.5. El estudio de casos
 - 18.7.6. El análisis de contenido
 - 18.7.7. El examen del discurso
 - 18.7.8. La investigación acción participativa
- 18.8. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos
 - 18.8.1. La entrevista estructurada
 - 18.8.2. El cuestionario estructurado
 - 18.8.3. Observación sistemática
 - 18.8.4. Escalas de actitud
 - 18.8.5. Estadísticas
 - 18.8.6. Fuentes secundarias de información

- 18.9. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos
 - 18.9.1. Entrevista no estructurada
 - 18.9.2. Entrevista en profundidad
 - 18.9.3. Grupos focales
 - 18.9.4. Observación simple, no regulada y participativa
 - 18.9.5. Historias de vida
 - 18.9.6. Diarios
 - 18.9.7. Análisis de contenidos
 - 18.9.8. El método etnográfico
- 18.10. Control de calidad de los datos
 - 18.10.1. Requisitos de un instrumento de medición
 - 18.10.2. Procesamiento y análisis de datos cuantitativos
 - 18.10.2.1. Validación de datos cuantitativos
 - 18.10.2.2. Estadística para el análisis de datos
 - 18.10.2.3. Estadística descriptiva
 - 18.10.2.4. Estadística inferencial
 - 18.10.3. Procesamiento y análisis de datos cualitativos
 - 18.10.3.1. Reducción y categorización
 - 18.10.3.2. Clarificar, sinterizar y comparar
 - 18.10.3.3. Programas para el análisis cualitativo de datos textuales

Módulo 19. Economía laboral y de mercado

- 19.1. Introducción al mercado de trabajo
 - 19.1.1. Definición del mercado de trabajo
 - 19.1.2. Funcionamiento del mercado de trabajo
 - 19.1.3. Los sistemas económicos y la economía del mercado
 - 19.1.4. Distribución de la población
- 19.2. La ley de demanda y oferta laboral
 - 19.2.1. Los sistemas económicos y la economía de mercado
 - 19.2.2. El funcionamiento del mercado: La demanda y la oferta
 - 19.2.3. Elasticidad y desplazamiento de las curvas de oferta y demanda
 - 19.2.4. El equilibrio del mercado

- 19.3. La economía como ciencia
 - 19.3.1. El concepto de escasez y el uso de bienes
 - 19.3.2. La actividad económica
 - 19.3.3. Los factores productivos
 - 19.3.4. La población como condicionante de la actividad económica
- 19.4. Los mercados de trabajo
 - 19.4.1. Distribución de la población
 - 19.4.2. Situación de colectivos desfavorecidos
 - 19.4.3. Perspectivas del mercado laboral en Latinoamérica
- 19.5. Los sindicatos
 - 19.5.1. La libertad sindical
 - 19.5.2. Funcionamiento del sindicato
 - 19.5.3. Régimen jurídico sindical
- 19.6. La representación sindical en la empresa
 - 19.6.1. La representación sindical en la empresa
 - 19.6.2. Las asociaciones de sindicatos
 - 19.6.3. La huelga
- 19.7. Negociación colectiva
 - 19.7.1. El papel de la negociación colectiva
 - 19.7.2. Los convenios colectivos
 - 19.7.3. Los convenios sectoriales
 - 19.7.4. Comisiones encargadas de la negociación en la organización
- 19.8. Políticas gubernamentales
 - 19.8.1. Políticas para la creación de empleos
 - 19.8.2. Políticas sociales de apoyo al desempleado
 - 19.8.3. Ejemplos internacionales
- 19.9. Orientación vocacional
 - 19.9.1. Introducción a la orientación vocacional
 - 19.9.2. La orientación vocacional como un detonador de empleo
 - 19.9.3. Tendencia regional en la demanda de puestos de trabajo

- 19.10. La responsabilidad social en el otorgamiento de puestos laborales
 - 19.10.1. Responsabilidad social
 - 19.10.2. Grupos sociales expuestos a discriminación
 - 19.10.3. Políticas y programas incluyentes en la organización

Módulo 20. Derecho del trabajo

- 20.1. Las fuentes del Derecho del Trabajo
 - 20.1.1. Las fuentes normativas del ordenamiento laboral. Introducción
 - 20.1.2. Las fuentes internacionales
 - 20.1.2.1. La función normativa de la Organización Internacional del Trabajo
 - 20.1.2.2. La función normativa de la Unión Europea. El derecho comunitario
 - 20.1.2.3. El derecho internacional paccionado. Los convenios bilaterales y multilaterales
 - 20.1.3. Las fuentes internas
 - 20.1.3.1. La Constitución Española
 - 20.1.3.2. Las leyes y las normas con rango de ley
 - 20.1.3.3. Los reglamentos
 - 20.1.3.4. Los convenios colectivos
 - 20.1.3.5. Los usos y costumbres locales y profesionales
 - 20.1.3.6. Los principios del derecho - trabajo
 - 20.1.3.7. La doctrina emanada de los órganos judiciales
- 20.2. El trabajador
 - 20.2.1. Introducción
 - 20.2.2. Las características propias de la relación laboral
 - 20.2.2.1. Carácter personalísimo
 - 20.2.2.2. Voluntariedad
 - 20.2.2.3. Dependencia
 - 20.2.2.4. Ajenidad
 - 20.2.2.5. Retribución
 - 20.2.3. Las relaciones laborales de naturaleza especial
 - 20.2.3.1. El personal de alta dirección no incluido en el artículo 1.3 c) del Estatuto de los Trabajadores
 - 20.2.3.2. El servicio del hogar familiar
 - 20.2.3.3. Los penados en instituciones penitenciarias
 - 20.2.3.4. Los deportistas profesionales
 - 20.2.3.5. Los artistas en espectáculos públicos
 - 20.2.3.6. Las personas que intervengan en operaciones mercantiles por cuenta de uno o más empresarios sin asumir el riesgo y ventura de aquellas: los representantes de comercio
 - 20.2.3.7. Las personas con discapacidad que trabajen en los centros especiales de empleo
 - 20.2.3.8. Los estibadores portuarios
 - 20.2.3.9. La residencia para la formación de especialistas en Ciencias de la Salud
 - 20.2.3.10. Los letrados que prestan servicios en despachos de abogados, individuales o colectivos
 - 20.2.4. Los trabajos excluidos
 - 20.2.4.1. Los funcionarios públicos y el personal estatutario al servicio de la Administración
 - 20.2.4.2. Las prestaciones personales obligatorias
 - 20.2.4.3. Los consejeros de las empresas societarias
 - 20.2.4.4. Los trabajos amistosos, benévolo o de buena vecindad
 - 20.2.4.5. Los trabajos familiares
 - 20.2.4.6. La intermediación mercantil con asunción del riesgo
 - 20.2.4.7. El servicio de transporte
 - 20.2.4.8. Los trabajos realizados por cuenta propia

- 20.3. El empleador y la empresa
 - 20.3.1. El empresario. Concepto y naturaleza jurídica
 - 20.3.2. La subrogación empresarial
 - 20.3.3. Los grupos de empresas
 - 20.3.4. La descentralización productiva. Contratas y subcontratas de obras y servicios
 - 20.3.4.1. Los diferentes supuestos de responsabilidad en materia salarial y de Seguridad Social
 - 20.3.4.2. La externalización productiva y la seguridad y salud en el entorno laboral
 - 20.3.4.3. Deberes de información, consulta y participación en el contexto de una contrata de obras o servicios
 - 20.3.5. La cesión ilegal de trabajadores
 - 20.3.5.1. Concepto y descripción del fenómeno
 - 20.3.5.2. Consecuencias de la cesión ilegal
 - 20.3.6. Las empresas de trabajo temporal
 - 20.3.6.1. El compromiso civil o mercantil entre la empresa de trabajo temporal y la empresa usuaria. El contrato de puesta a disposición
 - 20.3.6.2. La relación laboral entre la empresa de trabajo temporal y el empleado cedido. El contrato de trabajo
 - 20.3.6.3. La especial situación del trabajador en el seno de la empresa usuaria
- 20.4. El contrato de trabajo
 - 20.4.1. El contrato de trabajo. Concepto y características básicas
 - 20.4.2. Formalidades del contrato de trabajo
 - 20.4.2.1. Consentimiento, objeto y causa
 - 20.4.2.2. Capacidad para contratar
 - 20.4.2.3. La forma del contrato
 - 20.4.2.4. La validez del contrato. La nulidad total y parcial del vínculo laboral
 - 20.4.2.5. La simulación del contrato de trabajo
 - 20.4.3. El período de prueba
 - 20.4.4. Principales modalidades contractuales
 - 20.4.4.1. Contratos indefinidos
 - 20.4.4.2. Contratos de duración determinada
 - 20.4.4.3. Contratos formativos
 - 20.4.4.4. Otras modalidades contractuales
- 20.5. Derechos y deberes laborales básicos
 - 20.5.1. Derechos y deberes básicos del trabajador
 - 20.5.1.1. Derechos
 - 20.5.1.2. Deberes
 - 20.5.2. Derechos y deberes básicos del empresario
 - 20.5.2.1. El poder de dirección
 - 20.5.2.2. El poder disciplinario
- 20.6. La prevención de riesgos laborales
 - 20.6.1. Introducción
 - 20.6.2. La garantía a la tutela frente a los riesgos profesionales. Los principios de la acción preventiva
 - 20.6.3. El plan de prevención. La evaluación de los riesgos y la planificación de la actividad tuteladora
 - 20.6.4. Los equipos de trabajo y los medios de protección
 - 20.6.5. La información, consulta y participación de los trabajadores
 - 20.6.6. La formación de los trabajadores
 - 20.6.7. Las medidas de emergencia
 - 20.6.8. El riesgo grave e inminente
 - 20.6.9. El deber de vigilancia de la salud
 - 20.6.10. Las responsabilidades de naturaleza documental
 - 20.6.11. La coordinación de las actividades empresariales

- 20.6.12. La singular atención dispensada a ciertos colectivos
 - 20.6.12.1. Los trabajadores especialmente sensibles a determinados riesgos
 - 20.6.12.2. La maternidad
 - 20.6.12.3. Los menores
 - 20.6.12.4. Los trabajadores con relaciones laborales temporales o puestos a disposición por una empresa de trabajo temporal
- 20.6.13. Las responsabilidades de la mano de obra en relación con la prevención de los riesgos profesionales
- 20.7. El salario
 - 20.7.1. El salario
 - 20.7.1.1. Concepto y caracteres
 - 20.7.1.2. Forma de pago: en dinero o en especie
 - 20.7.1.3. La estructura salarial
 - 20.7.1.4. Liquidación y pago del salario
 - 20.7.1.5. La compensación y absorción de salarios
 - 20.7.1.6. Las garantías del salario
 - 20.7.1.7. Las gratificaciones extraordinarias
 - 20.7.2. Las percepciones extrasalariales
 - 20.7.3. El principio de igualdad y no discriminación por razón de sexo en el devengo y abono de la retribución
 - 20.7.4. El derecho a la promoción económica
- 20.8. El tiempo de trabajo
 - 20.8.1. La jornada de trabajo
 - 20.8.2. La jornada ordinaria de trabajo
 - 20.8.3. Las horas extraordinarias
 - 20.8.4. Las jornadas especiales de trabajo
 - 20.8.5. Las reducciones de jornada previstas en el Estatuto de los Trabajadores
 - 20.8.5.1. El trabajo nocturno y a turnos
 - 20.8.5.2. El trabajo nocturno
 - 20.8.5.3. El trabajo a turnos
 - 20.8.6. Las fiestas laborales, los permisos y las vacaciones anuales
 - 20.8.6.1. Las fiestas laborales
 - 20.8.6.2. Los permisos
 - 20.8.6.3. Las vacaciones anuales
 - 20.8.7. El calendario laboral
- 20.9. Novación del contrato de trabajo
 - 20.9.1. La movilidad funcional
 - 20.9.2. La movilidad geográfica
 - 20.9.2.1. La movilidad geográfica a instancias del empresario
 - 20.9.2.2. La movilidad geográfica a instancias del trabajador
 - 20.9.3. La modificación sustancial de las condiciones de trabajo
 - 20.9.3.1. Primer requisito: Concurrencia de una causa justificativa
 - 20.9.3.2. Segundo requisito: Materia objeto de modificación
 - 20.9.3.3. Tercer requisito: Procedimiento a seguir
 - 20.9.4. La modificación de las condiciones establecidas en un convenio colectivo estatutario
- 20.10. La suspensión y la extinción del contrato de trabajo
 - 20.10.1. La suspensión del contrato de trabajo
 - 20.10.1.1. Maternidad, paternidad, adopción, acogimiento y riesgo durante el embarazo
 - 20.10.1.2. Las excedencias
 - 20.10.1.3. La suspensión del contrato de trabajo por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción
 - 20.10.1.4. La suspensión del contrato por fuerza mayor
 - 20.10.2. La extinción del contrato de trabajo
 - 20.10.2.1. La extinción por voluntad unilateral del trabajador
 - 20.10.2.2. La extinción por voluntad unilateral del empleador: El despido

Módulo 21. Derecho laboral colectivo

- 21.1. Autonomía colectiva y sistema de relaciones laborales
 - 21.1.1. Autonomía colectiva: Concepto y elementos estructurales
 - 21.1.2. La estructura tridimensional de la autonomía colectiva y su reflejo: libertad sindical y derecho a huelga
 - 21.1.3. El derecho a la negociación colectiva
- 21.2. La libertad sindical
 - 21.2.1. La configuración constitucional de la libertad sindical
 - 21.2.2. Titularidad del derecho de libertad sindical
 - 21.2.3. Contenido del derecho de libertad sindical
 - 21.2.4. Tutela de la libertad sindical: jurisdiccional, constitucional, administrativa y penal

- 21.3. Régimen jurídico del sindicato
 - 21.3.1. Constitución y adquisición de la personalidad jurídica
 - 21.3.2. Funcionamiento interno del sindicato y régimen económico
 - 21.3.3. La responsabilidad del sindicato
- 21.4. Asociacionismo empresarial
 - 21.4.1. La estructura patronal y sindical
 - 21.4.2. Representación sindical: Sindicatos más representativos
 - 21.4.3. Estructura de representación patronal, criterios y determinación atribuciones
- 21.5. La representación y acción colectiva de los trabajadores en la empresa
 - 21.5.1. El doble canal de representación en la empresa
 - 21.5.2. La representación unitaria: delgados de personal y comités de empresa
 - 21.5.3. Las elecciones sindicales
 - 21.5.4. El derecho de reunión en las empresas: asambleas de trabajadores
- 21.6. La negociación colectiva
 - 21.6.1. El reconocimiento constitucional y legal del derecho a la negociación colectiva
 - 21.6.2. Convenios y acuerdos colectivos el trabajo: clasificación y tipología
 - 21.6.3. Estructura de la negociación colectiva y concurrencia de convenios
- 21.7. La dinámica de la negociación colectiva de eficacia general: elaboración, vigencia y aplicación del convenio
 - 21.7.1. Sujetos negociadores: Capacidad y legitimación
 - 21.7.2. Proceso de negociación: el deber de negociar
 - 21.7.3. Requisitos formales y control de legalidad: la impugnación del convenio
 - 21.7.4. Aplicación e interpretación del convenio: cuestiones básicas
 - 21.7.5. La vigencia del convenio
 - 21.7.6. La adhesión y extensión del convenio
- 21.8. El conflicto colectivo
 - 21.8.1. Concepto y clases de conflicto colectivo
 - 21.8.2. La regulación constitucional el conflicto colectivo
 - 21.8.3. Las medidas de conflicto colectivo por parte de los trabajadores y empresarios
- 21.9. La huelga
 - 21.9.1. El reconocimiento constitucional de derecho de huelga: titularidad y contenido
 - 21.9.2. El ejercicio del derecho de huelga: Cuestiones formales. El comité de huelga
 - 21.9.3. Tipos de huelga: Huelgas ilegales y huelgas abusivas
 - 21.9.4. Los efectos de la huelga

- 21.10. Las medidas de solución de los conflictos colectivos
 - 21.10.1. Heterocomposición y autocomposición de los conflictos colectivos en el ordenamiento español: tipología, tramitación y efectos
 - 21.10.2. Los medios extrajudiciales de solución de conflictos
 - 21.10.3. Acuerdo estatal de solución extrajudicial de conflictos (ASACV)

Módulo 22. Gestión de políticas en intermediación laboral

- 22.1. La intermediación laboral en la cartera común de los Servicios del Sistema Nacional de Empleo
 - 22.1.1. La intermediación laboral
 - 22.1.2. El nuevo papel de los servicios público de empleo
 - 22.1.3. Discriminación en el acceso al empleo
- 22.2. La intermediación laboral
 - 22.2.1. Conceptualización de la intermediación: principios básicos
 - 22.2.2. Intermediación laboral y orientación profesional
 - 22.2.3. La intermediación laboral dentro de las políticas activas de empleo en los servicios públicos
 - 22.2.4. Agentes colaboradores en la externalización de la intermediación: agencias de colocación y empresas de trabajo temporal
- 22.3. Prospección laboral (I)
 - 22.3.1. Datos estadísticos sobre el tejido empresarial
 - 22.3.2. Fuentes de información sobre el mercado laboral
 - 22.3.3. Indicadores del mercado de trabajo actual
 - 22.3.4. Yacimientos de empleo
- 22.4. Prospección laboral (II)
 - 22.4.1. Diagnóstico y análisis del mercado laboral
 - 22.4.2. La prospección y sus fases: acercamiento a la empresa y plan de captación
 - 22.4.3. Fidelizar y evaluar la relación con las empresas
 - 22.4.4. Gestión de la demanda de empleo y acompañamiento a la empresa
- 22.5. Las actividades de reclutamiento
 - 22.5.1. Conceptualización del reclutamiento: tipologías
 - 22.5.2. Procedimientos de reclutamiento en la era digital: *eRecruitment*
 - 22.5.3. El reclutamiento en las entidades colaboradoras de colocación

- 22.6. Itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
 - 22.6.1. Aspectos básicos y elementos que lo incluyen
 - 22.6.2. Elaboración de los itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
 - 22.6.3. Consideraciones especiales en colectivos con dificultades de inserción laboral
 - 22.7. El régimen sancionador en materia de intermediación
 - 22.7.1. Las carencias sancionadoras del reclutamiento de mano de obra irregular. La orientación y la colocación
 - 22.7.2. El régimen sancionador en materia de formación
 - 22.8. Cesión ilegal de trabajadores: marco normativo
 - 22.8.1. Las sucesivas reformas del concepto y la actual identificación de la cesión ilegal
 - 22.8.2. Cesiones ilegales interempresariales
 - 22.8.3. Consecuencias de la cesión ilícita
 - 22.9. La colaboración público – privada en la intermediación laboral
 - 22.9.1. Modelos europeos de colaboración público - privada
 - 22.9.2. El Acuerdo Marco de colaboración público - privada tras la reforma laboral
 - 22.9.3. La convergencia de obligaciones formativas con los servicios públicos de empleo
 - 22.10. Retos de las políticas de intermediación laboral en la era digital
 - 22.10.1. La intermediación laboral en agencias de colocación telemáticas
 - 22.10.2. La movilidad laboral y la globalización en las políticas de empleo
 - 22.10.3. La prospección laboral en la era digital
- Módulo 23. Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR. HH**
- 23.1. Programas y políticas de empleo gubernamentales
 - 23.1.1. Conocimiento de las políticas de empleo gubernamentales vigentes
 - 23.1.2. Programas de subsidio al empleo
 - 23.1.3. El gobierno como otorgante de empleo
 - 23.2. Políticas de pobreza y exclusión social
 - 23.2.1. Conceptualización de la pobreza en términos socioeconómicos
 - 23.2.2. Contextualización jurídica y social
 - 23.2.3. La pobreza y la inclusión social en las políticas de empleo
 - 23.3. Grupos sociales y las dificultades en el empleo
 - 23.3.1. Identificación de los grupos sociales
 - 23.3.2. Prácticas laborales excluyentes
 - 23.3.3. Programas y leyes protectoras de los grupos sociales
 - 23.4. Discapacidad en el entorno laboral
 - 23.4.1. Conceptualización de la discapacidad
 - 23.4.2. Programas de inclusión laboral en la empresa
 - 23.4.3. Incentivos gubernamentales
 - 23.5. Programas de jóvenes y primer empleo
 - 23.5.1. Políticas de becarios y practicantes en la empresa
 - 23.5.2. Programas gubernamentales
 - 23.5.3. Retos del empleo juvenil en el contexto de transformación digital
 - 23.6. Pensiones y jubilación
 - 23.6.1. Leyes correspondientes
 - 23.6.2. Sujetos de derecho a pensión o jubilación
 - 23.7. Mujer y trabajo (I): Violencia de género
 - 23.7.1. Contextualización de la violencia de género
 - 23.7.2. Programas empresariales contra la violencia de género
 - 23.7.3. La promoción del empleo en las mujeres víctimas de violencia de género
 - 23.8. Mujer y trabajo (II): Discriminación y marginación en el empleo
 - 23.8.1. La mujer en el contexto laboral a lo largo de la historia
 - 23.8.2. Discriminación en el empleo
 - 23.8.3. Sectores productivos de mayor empleabilidad para las mujeres
 - 23.9. Inmigración y trabajo
 - 23.9.1. Tipos de inmigrantes
 - 23.9.2. Permisos de trabajo
 - 23.9.3. La participación del gobierno en la promoción de la migración legal
 - 23.10. Administración de personal internacional
 - 23.10.1. Empresas globales
 - 23.10.2. Inmigrantes y expatriados
 - 23.10.3. Fomentar una cultura empresarial global

Módulo 24. Gestión del entorno laboral I

- 24.1. Introducción en la gestión del entorno laboral
 - 24.1.1. La cultura organizacional, el liderazgo y el conflicto
 - 24.1.2. Elementos básicos de la cultura organizacional
 - 24.1.3. Conflictos: conceptos y tipos
 - 24.1.4. La relación entre cultura y liderazgo: su relación con el conflicto
- 24.2. Introducción a la prevención de riesgos laborales
 - 24.2.1. Introducción a la seguridad y salud laboral
 - 24.2.2. Introducción a la ergonomía laboral
 - 24.2.3. Introducción a la prevención de riesgos psicosociales
- 24.3. Condiciones del entorno para personas con discapacidad
 - 24.3.1. NOM – 030 - SSA3 - 2013
 - 24.3.2. Tipos de discapacidad
 - 24.3.3. Adecuación correcta del lugar de trabajo
- 24.4. Igualdad de género en la organización
 - 24.4.1. Artículo 86 de LFT
 - 24.4.2. Reglamento y sanciones en la organización
 - 24.4.3. Acciones para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en materia de empleo
- 24.5. Gestión de la inserción laboral
 - 24.5.1. La selección de personal
 - 24.5.2. Procesos de selección interna
 - 24.5.3. Procesos de selección externa
- 24.6. Ética y conducta empresarial
 - 24.6.1. El concepto de responsabilidad social
 - 24.6.2. Principios éticos que deben informar en la gestión de las empresas
 - 24.6.3. Responsabilidad social empresarial
 - 24.6.4. Responsabilidad social empresarial y mercadotecnia responsable

- 24.7. Clima laboral
 - 24.7.1. El clima en las organizaciones: concepto de clima laboral
 - 24.7.2. Dimensiones del clima laboral
 - 24.7.3. Medida del clima laboral
 - 24.7.4. Herramientas de medición cualitativa del clima laboral: Análisis DAFO Y PESTEL
- 24.8. Deterioro clima laboral
 - 24.8.1. Riesgos psicosociales: *burnout* y *mobbing*
 - 24.8.2. Absentismo laboral
- 24.9. Marco normativo de protección de datos
 - 24.9.1. Introducción a la protección datos
 - 24.9.2. Ley federal de protección de datos en posesión de los particulares
 - 24.9.3. Multas y sanciones
- 24.10. Plan de mejora del clima laboral
 - 24.10.1. Prevención primaria, secundaria y terciaria
 - 24.10.2. Intervención en crisis
 - 24.10.3. Criterios esenciales de un plan de acción

Módulo 25. Gestión del entorno laboral II

- 25.1. Cambios en el diseño organizacional y cultural
 - 25.1.1. Evolución histórica de las configuraciones organizacionales: modelos actuales y tendencias en diseño organizacional
 - 25.1.2. El rol del gestor de entornos en el diseño en las organizaciones
- 25.2. Gestión del cambio en la cultura organizativa
 - 25.2.1. Las etapas del proceso de gestión del cambio
 - 25.2.2. Cambios en el entorno (socioeconómicos, demográficos, geopolíticos)
 - 25.2.3. Cambios en el modelo de negocio: Rol actual y futuro del gestor del cambio como dinamizador del cambio en el modelo de negocio
 - 25.2.4. Transformación de los procesos

- 25.3. La transformación digital en las empresas
 - 25.3.1. El entorno laboral en la cuarta revolución industrial
 - 25.3.2. Elementos de la organización digital: alfabetismo digital e integración tecnológica
 - 25.3.3. Innovación en la era digital empresarial
 - 25.3.4. Planeación estratégica hacia la transformación digital
- 25.4. Relaciones interpersonales y liderazgo transformador
 - 25.4.1. Tendencias en la gestión de personas y equipos
 - 25.4.2. Transformación personal: herramientas y técnicas
- 25.5. Responsabilidad Social Corporativa
 - 25.5.1. La sostenibilidad empresarial y los principios morales de la RSC
 - 25.5.2. Gestión y administración de empresas socialmente responsables
 - 25.5.3. Planificación de objetivos de responsabilidad social
 - 25.5.4. Los interesados
 - 25.5.5. ISO 26000 de responsabilidad social corporativa
 - 25.5.6. Gestión de la responsabilidad social. Modelo RS10
- 25.6. Mercadotecnia social en el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
 - 25.6.1. Aspectos claves de la mercadotecnia social
 - 25.6.2. La perspectiva ética de la mercadotecnia social
 - 25.6.3. Plan de mercadotecnia social
- 25.7. Programa de asistencia al empleado
 - 25.7.1. Introducción e historia de los programas de asistencia al empleado (PAE)
 - 25.7.2. Beneficios de los programas de asistencia al empleado (PAE)
- 25.8. Programa de bienestar de empleado
 - 25.8.1. Concepto de bienestar laboral
 - 25.8.2. Elaboración de programas de bienestar laboral



- 25.9. Plan de igualdad de oportunidades en la empresa
 - 25.9.1. La igualdad en el entorno laboral: marco normativo
 - 25.9.2. La figura del agente de igualdad en la empresa
 - 25.9.3. Elaboración de diagnóstico de necesidades en materia de igualdad empresarial
 - 25.9.4. Elaboración del plan de igualdad empresarial
- 25.10. Plan de comunicación integral en la empresa
 - 25.10.1. La comunicación interna en la empresa
 - 25.10.2. Procesos de comunicación externa empresarial: posicionamiento, *briefing* y estrategias de comunicación publicitaria
 - 25.10.3. Elaboración de un plan de comunicación empresarial

“

Podrás consultar los materiales cuando lo necesites, gracias al acceso permanente al Campus Virtual de TECH Universidad”



04

Objetivos docentes

Con esta titulación universitaria, los expertos liderarán la gestión estratégica del capital humano, optimizando las relaciones laborales y promoviendo un entorno inclusivo y productivo. Sus competencias clave incluyen liderazgo eficaz, habilidades avanzadas de negociación y mediación, profundo conocimiento de la legislación laboral, visión estratégica para alinear las políticas de Recursos Humanos con los objetivos empresariales, y excelentes capacidades de comunicación. Además, poseen adaptabilidad para gestionar el cambio y fomentar el desarrollo organizacional sostenible.





“

Implementarás procedimientos en el área de Recursos Humanos para reducir riesgos legales y fomentar la ética dentro de la organización”



Objetivos generales

- Desarrollar habilidades estratégicas para gestionar los recursos humanos a nivel ejecutivo
- Adquirir conocimientos avanzados sobre las relaciones sindicales y su impacto en la organización
- Liderar procesos de negociación con sindicatos de manera efectiva y ética
- Implementar políticas laborales que favorezcan el bienestar organizacional
- Gestionar conflictos laborales de manera proactiva y constructiva
- Diseñar estrategias de comunicación interna para fortalecer las relaciones laborales
- Desarrollar una comprensión integral de la legislación laboral y su aplicación práctica
- Crear programas de desarrollo organizacional orientados a la productividad y el clima laboral
- Aplicar herramientas de gestión de talento humano en ambientes laborales complejos
- Mejorar la capacidad de tomar decisiones estratégicas en función de las necesidades laborales y sindicales
- Fomentar el trabajo colaborativo entre los diferentes actores del entorno laboral
- Optimizar la gestión de la formación continua en el ámbito de las relaciones laborales
- Desarrollar estrategias para la retención del talento en entornos sindicalizados
- Implementar técnicas avanzadas de resolución de conflictos dentro de la organización
- Desarrollar un liderazgo efectivo en la gestión de recursos humanos en contextos sindicalizados
- Establecer relaciones laborales basadas en el respeto mutuo y la cooperación
- Diseñar e implementar políticas de igualdad y diversidad en el ámbito laboral
- Evaluar el impacto de las políticas laborales en la motivación y rendimiento de los empleados
- Aplicar herramientas tecnológicas para la gestión avanzada de recursos humanos
- Desarrollar capacidades para gestionar la comunicación y la negociación en situaciones de crisis laboral





Objetivos específicos

Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- ♦ Aplicar principios de liderazgo ético en la gestión de empresas
- ♦ Desarrollar estrategias de Responsabilidad Social Corporativa en industrias creativas

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

- ♦ Desarrollar capacidades para diseñar, formular e implementar estrategias corporativas alineadas con la visión y objetivos de la organización
- ♦ Aplicar herramientas de dirección estratégica y *management* para impulsar la competitividad, sostenibilidad y crecimiento empresarial

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Implementar estrategias de gestión del talento y liderazgo en industrias creativas
- ♦ Desarrollar habilidades de negociación y resolución de conflictos en equipos de trabajo

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- ♦ Aplicar estrategias de gestión de costos, presupuestos y control financiero
- ♦ Evaluar oportunidades de inversión y financiación para proyectos creativos

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- ♦ Desarrollar habilidades para dirigir y optimizar operaciones, producción, inventarios y logística en entornos organizacionales complejos
- ♦ Aplicar enfoques integrales de gestión de la cadena de suministro para mejorar la eficiencia, calidad y competitividad empresarial

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- ♦ Administrar sistemas de información que optimicen los procesos operacionales y estratégicos de la organización
- ♦ Utilizar sistemas de información para facilitar la toma de decisiones empresariales informadas y basadas en datos, mejorando la eficiencia organizacional

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- ♦ Proporcionar las herramientas necesarias para desarrollar e implementar estrategias comerciales efectivas que optimicen la rentabilidad de la empresa
- ♦ Capacitar en la creación de planes de marketing a largo plazo alineados con los objetivos corporativos, analizando el entorno y las necesidades del mercado

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- ♦ Capacitar para analizar tendencias del mercado, segmentación de consumidores y competidores, para apoyar la toma de decisiones comerciales estratégicas
- ♦ Diseñar y ejecutar campañas publicitarias efectivas que mejoren la visibilidad de la marca y el posicionamiento en el mercado

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- ♦ Capacitar en la creación y gestión de procesos innovadores que promuevan la competitividad y sostenibilidad organizacional
- ♦ Aplicar enfoques ágiles, como Scrum y Lean, en la gestión de proyectos, promoviendo la flexibilidad y eficiencia en la entrega de resultados

Módulo 10. Management Directivo

- ♦ Tomar decisiones basadas en análisis de datos y evaluación de riesgos, considerando tanto el corto como el largo plazo para el beneficio de la organización
- ♦ Desarrollar una comprensión amplia de las dinámicas empresariales globales y enseñar a aplicar estrategias directivas que aseguren la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la organización

Módulo 11. Proceso de gestión y administración de RR. HH

- ♦ Diseñar y optimizar procesos eficientes de selección, formación y gestión de personal, garantizando su alineación con la estrategia empresarial
- ♦ Implementar políticas y procedimientos para la administración efectiva de los recursos humanos, incluyendo la compensación y beneficios

Módulo 12. Comportamiento organizacional

- ♦ Analizar las dinámicas de comportamiento dentro de la organización para crear ambientes de trabajo más colaborativos y eficientes
- ♦ Aplicar teorías del comportamiento organizacional para mejorar la motivación, el compromiso y la productividad de los empleados

Módulo 13. Executive coaching

- ♦ Utilizar técnicas de coaching ejecutivo para desarrollar el potencial de los líderes y mejorar sus habilidades de gestión y liderazgo
- ♦ Implementar estrategias de coaching para fortalecer el desempeño individual y grupal en el entorno organizacional

Módulo 14. Comunicación estratégica

- ♦ Desarrollar habilidades en la comunicación interna y externa para fortalecer la imagen corporativa y mejorar la cohesión organizacional
- ♦ Implementar estrategias de comunicación que promuevan la transparencia, la confianza y el alineamiento de objetivos en todos los niveles de la empresa

Módulo 15. Transformación de los Recursos Humanos en la era digital

- ♦ Implementar herramientas digitales y tecnologías emergentes para transformar la gestión de los recursos humanos y mejorar la eficiencia organizacional
- ♦ Desarrollar e integrar plataformas tecnológicas que optimicen los procesos de reclutamiento, formación y gestión de desempeño en un entorno digital

Módulo 16. 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 17. 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 18. 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 19. 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 20. 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 21. 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 22. 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 23. Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR. HH

- ♦ 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

Módulo 24. 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 25. 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

“ Impulsarás tu trayectoria profesional con este programa universitario; accederás a un plan de vanguardia y aplicarás la Metodología Relearning para avanzar a tu ritmo, sin afectar tu vida laboral o personal”

05

Salidas profesionales

Tras finalizar este Grand Master, los profesionales adquirirán una sólida comprensión de las estrategias avanzadas en gestión de Recursos Humanos y Relaciones Sindicales. Además, los egresados estarán capacitados para diseñar e implementar políticas laborales efectivas que fomenten un entorno de trabajo equitativo y productivo. De este modo, los expertos mejorarán sus perspectivas profesionales y asumirán roles especializados como Director de Recursos Humanos o Asesor en Relaciones Sindicales.





“

*Liderarás el área de Recursos Humanos
y definirás estrategias alineadas con los
objetivos de la organización”*

Perfil del egresado

El egresado del programa universitario en Relaciones Sindicales es un profesional altamente capacitado para gestionar las necesidades de personal y las relaciones laborales en organizaciones de diversos sectores. Posee un profundo conocimiento de las estrategias de gestión del talento, negociación sindical y normativas laborales, necesarias para fomentar un ambiente de trabajo equitativo y productivo. Además, está preparado para diseñar e implementar políticas de RR. HH., colaborar con equipos multidisciplinares y actuar como mediador entre la dirección, los empleados y los sindicatos, promoviendo relaciones laborales armoniosas y el desarrollo organizacional.

Diseñarás políticas de compensación y beneficios que fortalezcan la retención del talento en la organización.

- ♦ **Liderazgo Estratégico:** los profesionales desarrollan la capacidad de liderar y dirigir equipos de recursos humanos, alineando las estrategias de gestión del talento con los objetivos organizacionales para impulsar el crecimiento y la eficiencia empresarial
- ♦ **Negociación y Resolución de Conflictos:** los egresados adquieren competencias avanzadas en técnicas de negociación y mediación, permitiéndoles resolver disputas laborales y alcanzar acuerdos beneficiosos para todas las partes involucradas
- ♦ **Pensamiento Crítico y Toma de Decisiones:** desarrollan la capacidad de analizar situaciones complejas, evaluar alternativas y tomar decisiones informadas que optimicen la gestión de recursos humanos y las relaciones laborales dentro de la organización
- ♦ **Gestión del Cambio Organizacional:** los profesionales están preparados para liderar y gestionar procesos de cambio, facilitando la adaptación de la organización a nuevas circunstancias y mejorando la resiliencia empresarial



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

- 1. Director de Recursos Humanos:** gestor de departamentos de recursos humanos en diversas organizaciones, supervisando la planificación estratégica del talento y las políticas laborales.
- 2. Especialista en Relaciones Sindicales:** gestor de las relaciones entre la empresa y los sindicatos, asegurando el cumplimiento de acuerdos laborales y resolviendo conflictos.
- 3. Gerente de Desarrollo Organizacional:** diseñador de estrategias para el desarrollo y crecimiento organizacional, mejorando la eficiencia y el clima laboral.
- 4. Consultor en Gestión del Talento:** asesor en empresas para la identificación, atracción y retención de talento, desarrollando programas de formación y planes de carrera para empleados.
- 5. Coordinador de Compensaciones y Beneficios:** encargado de diseñar y administrar paquetes de compensaciones y beneficios, asegurando su competitividad y alineación con los objetivos empresariales.
- 6. Analista de Clima Laboral:** responsable de evaluar el ambiente de trabajo mediante encuestas y análisis, proponiendo mejoras para aumentar la satisfacción y productividad de los empleados.
- 7. Responsable de Cumplimiento Laboral:** encargado de que la organización cumpla con todas las normativas y leyes laborales, gestionando auditorías internas y asesorando sobre cambios legislativos.
- 8. Director de Diversidad e Inclusión:** diseñador de políticas y prácticas que fomenten un entorno laboral diverso e inclusivo, asegurando la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores.
- 9. Gerente de Relaciones Laborales:** gestor de las interacciones entre la dirección y los empleados, facilitando la negociación de contratos y manejando disputas laborales de manera efectiva.
- 10. Especialista en Bienestar Laboral:** promotor de iniciativas y programas que favorecen la salud física y mental de los empleados, fomentando un entorno de trabajo equilibrado y motivador.



Garantizarás la aplicación de la legislación laboral y el respeto de las normativas vigentes en el área de Recursos Humanos”

06

Metodología de estudio

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

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



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

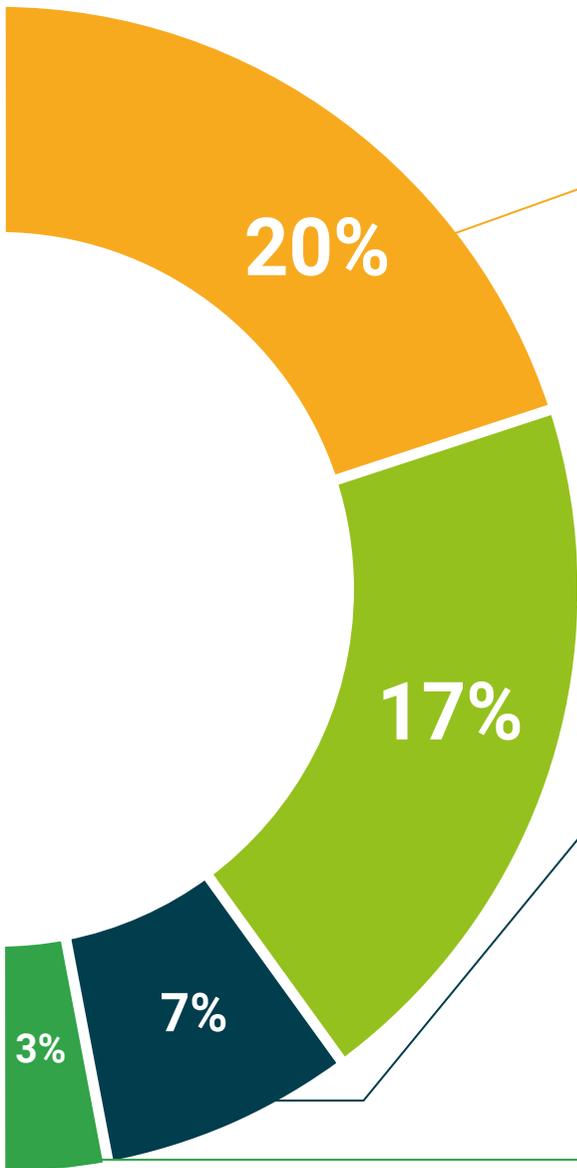
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Case Studies

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



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

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



07

Cuadro docente

La filosofía de TECH Universidad consiste en ofrecer las titulaciones universitarias más pragmáticas, completas y actualizadas del panorama universitario. Para lograrlo, lleva a cabo un minucioso proceso para constituir cada uno de sus claustros docentes. Como resultado, el presente Grand Master cuenta con la colaboración de auténticas referencias en el campo de la Alta Dirección de Recursos Humanos y las Relaciones Sindicales. De este modo, se ha confeccionado una variedad de materiales didácticos que sobresalen tanto por su calidad como por responder a las exigencias del mercado laboral actual.





“

Contarás con el respaldo continuo de un equipo conformado por referentes en la Alta Dirección de Recursos Humanos y las Relaciones Sindicales”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al **análisis de Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminare 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 *Business 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 programa tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



D. González Ferrer, Óliver

- ♦ Director de Planificación Estratégica de Professional Recruitment en ManpowerGroup
- ♦ Director de Comunicación - Planificación Estratégica de Proyectos en Trabajando.com
- ♦ Responsable de Marketing y Comunicación en Trabajando.com
- ♦ Sociólogo en el Cabildo de Fuerteventura
- ♦ Máster en Publicidad y Comunicación por la Universidad Pontificia Comillas
- ♦ Licenciado en Sociología en la Universidad de la Laguna

Profesores

Dña. Olmos Otero, Leire

- ♦ HR Manager en Sea & Ports MGM
- ♦ HR Manager en Marguisa Shipping Lines
- ♦ Técnico de RR. HH. en Prodemsa Asesores Legales y Tributarios
- ♦ Máster en Asesoría Jurídico-Laboral
- ♦ Diplomada en Relaciones Laborales por la Universidad Rey Juan Carlos

D. Caparrós Jiménez, Javier

- ♦ Responsable de Reclutamiento Profesional en ManpowerGroup
- ♦ Director Internacional de HR Consulting en Universia
- ♦ Director General de Selección en Hay Group
- ♦ Director de Grandes Cuentas del Área Manager en Ajilon
- ♦ Máster en Práctica Jurídica en Colex
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid

Dña. Cañas García, Ana

- ♦ Jefe de Personal Interino en Jotelulu
- ♦ Socia-Consultora y Coordinadora del Área de Talento Digital en Coherentis
- ♦ Consultora de Talento Digital en Talentttics
- ♦ Consultora de Reclutamiento Internacional en Grupo Binternational
- ♦ Consultora de Selección en ARG Human Resources Advisor
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III
- ♦ Diplomada en Relaciones Laborales por la Universidad Carlos III

Dña. Lago Burgos, Iria

- ♦ Responsable de Comunicación en Grupo Obremo
- ♦ Comunicación, Marketing y Eventos en Innova&acción
- ♦ Coordinadora en Comunicación Corporativa y Marketing en Trabajando.com
- ♦ *Social Media Manager & Content Creator* en MaDI
- ♦ Protocolo Avanzado en *Communication, Marketing and Protocol*
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos III

Dra. Nieto Rojas, Patricia

- ♦ Directora en Rétate Consultora, Escuela Talento y Ciencia
- ♦ Colaboradora de radio en el programa Rompiendo las Reglas
- ♦ Directora de Desarrollo de Carreras Profesionales
- ♦ HR Manager en Bureau Veritas
- ♦ Doctorado en Liderazgo Empresarial por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster Oficial de *Neuromanagement* por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster Nivel Oro en Coaching por el IEC
- ♦ Máster en Recursos Humanos por IMF
- ♦ Licenciada en Relaciones Laborales por la Universidad de Valencia

08

Titulación

El Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

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

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Grand Master, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

TECH es miembro de la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, una entidad de prestigio dedicada a impulsar la excelencia profesional en ciencias empresariales. Esta vinculación fortalece su compromiso con la excelencia académica en el ámbito empresarial.

Aval/Membresía



Título: **Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales**

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

Duración: **2 años**



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



Grand Master

Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

Aval/Membresía



Economics, Business
and Enterprise Association

A background photograph showing a person's hands in a blue business suit sleeve. One hand holds a dark blue pen with a gold tip, while the other hand is positioned over a laptop keyboard. The scene is set on a wooden desk. The image is partially obscured by dark blue and black diagonal graphic overlays.

tech
universidad