

Máster Título Propio

Management en Metaverso



Máster Título Propio Management en Metaverso

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

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/master/master-management-metaverso

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. 22

05

Salidas profesionales

pág. 26

06

Metodología de estudio

pág. 30

07

Cuadro docente

pág. 40

08

Titulación

pág. 46

01

Presentación del programa

La irrupción del Metaverso está redefiniendo las dinámicas empresariales tradicionales, abriendo nuevas oportunidades para la innovación y la interacción digital. Este entorno virtual inmersivo permite a las organizaciones crear experiencias personalizadas, generar nuevos modelos de negocio y explorar formas disruptivas de comunicación. Por eso, los expertos necesitan disponer de las técnicas más avanzadas para la gestión de activos digitales y la construcción de relaciones comerciales en mundos virtuales. En este contexto, TECH lanza un innovador programa universitario focalizado en el *Management* en Metaverso. A su vez, se basa en una cómoda modalidad totalmente online.



“

*Gracias a este Máster Título Propio
100% online, optimizarás entornos
digitales para potenciar la interacción
y la participación de los usuarios”*

La gestión empresarial se encuentra en un punto de inflexión debido a la rápida evolución de los entornos virtuales, donde el Metaverso está revolucionando las dinámicas organizativas y comunicativas. Este fenómeno está transformando la forma en que las empresas operan, creando nuevas oportunidades y desafíos que requieren habilidades innovadoras para liderar en un mercado cada vez más digitalizado. Ante esto, la demanda de especialistas capaces de implementar estrategias eficaces en estos entornos es cada vez mayor. De ahí la importancia de que los profesionales actualicen sus competencias para afrontar los retos de la economía digital.

Con esta idea en mente, TECH lanza un vanguardista Máster Título Propio en Management en Metaverso. El plan de estudios proporcionará conocimientos avanzados sobre el funcionamiento los entornos virtuales, la descentralización y las tecnologías disruptivas que están moldeando el futuro de los negocios. Así, el temario profundiza en temas esenciales como el impacto del *blockchain*, las oportunidades de las finanzas descentralizadas y el desarrollo de estrategias de marketing en entornos virtuales. De este modo, los egresados estarán preparados para liderar iniciativas innovadoras, gestionar proyectos en ecosistemas digitales y maximizar las oportunidades que ofrece el Metaverso en sectores clave.

Por otro lado, esta titulación universitaria se imparte de manera 100% online, con acceso flexible a los contenidos las 24 horas del día, adaptándose a las necesidades profesionales y personales del alumno. En este sentido, lo único que requerirá el alumnado es un dispositivo electrónico con conexión a internet para acceder al Campus Virtual.

Adicionalmente, un reputado Director Invitado Internacional impartirá 10 exhaustivas *Masterclasses*.

Este **Máster Título Propio en Management en Metaverso** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Management en Metaverso
- ♦ 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 el Management en Metaverso
- ♦ 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



Diseñarás estrategias comerciales vanguardistas que aprovechen las oportunidades de los mundos virtuales”

“

Gracias a la metodología Relearning podrás estudiar todos los contenidos de este programa desde la comodidad de tu casa y sin la necesidad de trasladarte a un centro de aprendizaje”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Management en Metaverso, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Aplicarás las estrategias de posicionamiento de marca, publicidad y ventas más innovadoras en el Metaverso.

Manejarás de manera eficiente criptomonedas, tokens no fungibles otros bienes virtuales en plataformas descentralizadas.



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 Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional

La mayor universidad digital del mundo

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

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.

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.

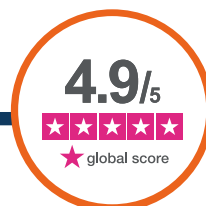
Líderes en empleabilidad

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.



Plan de estudios

Los materiales didácticos de este programa universitario han sido diseñados por expertos en entornos digitales y gestión empresarial. El plan de estudios profundiza en el valor de los tokens no fungibles y su impacto en la tokenización de activos físicos y virtuales, explorando casos de uso relevantes en el Metaverso. Además, se analizan las dinámicas de la economía digital y las oportunidades que ofrece este entorno. Esto permitirá a los egresados desarrollar estrategias innovadoras que impulsen el crecimiento empresarial en ecosistemas virtuales.

“

Serás capaz de interpretar métricas de comportamiento de los usuarios en plataformas virtuales para optimizar las estrategias de negocio”

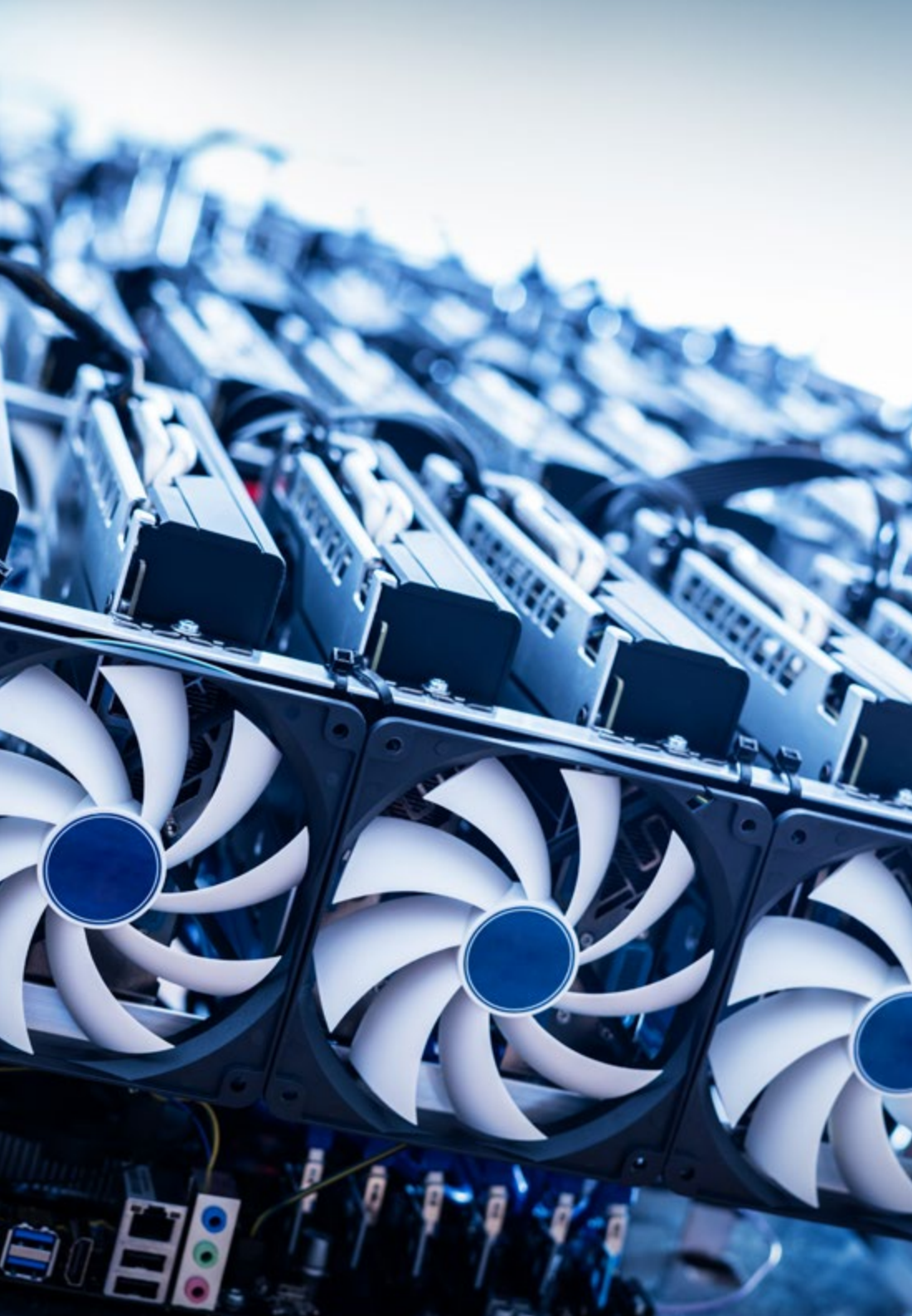
Módulo 1. Web 3.0. Base del Metaverso

- 1.1. Internet. De ARPAnet a WWW
 - 1.1.1. ARPAnet. Origen militar de la web
 - 1.1.2. Protocolos actuales y motores de búsqueda
 - 1.1.3. Revolución digital. Redes sociales y comercio electrónico
- 1.2. De la Web 2.0 hasta la web 3.0
 - 1.2.1. Interacción y carácter social de la Web
 - 1.2.2. Paradigma de la descentralización y la omnipresencia
 - 1.2.3. Web semántica e inteligencia artificial
- 1.3. La Web 3.0. Buenas prácticas
 - 1.3.1. Seguridad y privacidad
 - 1.3.2. Transparencia y descentralización
 - 1.3.3. Rapidez y accesibilidad
- 1.4. La web 3.0. Aplicaciones
 - 1.4.1. Siri y los nuevos modelos de asistentes virtuales
 - 1.4.2. Wolfram Alpha o la alternativa Web 3.0 a Google
 - 1.4.3. Second Life. Entornos 3D avanzados
- 1.5. Papel de las empresas tecnológicas en la web 3.0
 - 1.5.1. De Facebook a Meta
 - 1.5.2. Hiperfinanciación y empresas sin CEO
 - 1.5.3. "Metaverse Standards Forum" y web 5.0
- 1.6. Regulación y cumplimiento normativo en Web 3.0
 - 1.6.1. Usuarios finales de la Web 3.0
 - 1.6.2. Modelos de negocios para usuarios y organizaciones
 - 1.6.3. Regulación y cumplimiento normativo
- 1.7. La Web 3.0 en los negocios. Impacto
 - 1.7.1. Impacto de la Web 3.0 en los negocios
 - 1.7.2. Relación social entre marcas y usuarios. Nuevo entorno
 - 1.7.3. El comercio electrónico, Siguiendo nivel
- 1.8. Cambio a Web 3.0. Nuevo entorno de relación social entre marcas y usuarios
 - 1.8.1. Fraudes y riesgos asociados
 - 1.8.2. Nuevo entorno de relación social entre marcas y usuarios
 - 1.8.3. Impacto medioambiental

- 1.9. Los nómadas digitales. Arquitectos de la Web 3.0
 - 1.9.1. Nuevos usuarios, nuevas necesidades
 - 1.9.2. Los nómadas digitales como arquitectos de la Web 3.0
 - 1.9.3. Web 3.0. Aportaciones
- 1.10. Sin web 3.0 no hay Metaverso
 - 1.10.1. Web 3.0 y Metaverso
 - 1.10.2. Entorno virtual: tecnologías exponenciales
 - 1.10.3. Web 3.0, conexión con el mundo físico: éxito

Módulo 2. El Metaverso

- 2.1. Economía en el Metaverso: las criptomonedas y los token no fungibles (NFTs)
 - 2.1.1. Criptomonedas y NFTs. Base de la economía del Metaverso
 - 2.1.2. Economía digital
 - 2.1.3. Interoperabilidad para una economía sostenible
- 2.2. Metaverso & web 3.0 en el espacio de las criptomonedas
 - 2.2.1. Metaverso & web 3.0
 - 2.2.2. Tecnología descentralizada
 - 2.2.3. Blockchain, base del web 3.0 y Metaverso
- 2.3. Tecnologías avanzadas para Metaverso
 - 2.3.1. Realidad aumentada y realidad virtual
 - 2.3.2. Inteligencia artificial
 - 2.3.3. IoT
- 2.4. Gobierno corporativo: legislación internacional en el Metaverso
 - 2.4.1. La FED
 - 2.4.2. Legislación en Metaverso
 - 2.4.3. El minado
- 2.5. Identidad digital para personas, activos y empresas
 - 2.5.1. Reputación online
 - 2.5.2. Protección
 - 2.5.3. Impacto de la identidad digital en el mundo real



- 2.6. Nuevos canales de venta
 - 2.6.1. *Business to avatar*
 - 2.6.2. Mejora de las experiencias de usuario
 - 2.6.3. Productos, servicios y contenido en un mismo entorno
- 2.7. Experiencias basadas en ideales, creencias y gustos
 - 2.7.1. La inteligencia artificial como motor revulsivo
 - 2.7.2. Experiencias ajustadas al individuo
 - 2.7.3. El poder de la manipulación de las masas
- 2.8. VR, AR, AI & IoT
 - 2.8.1. Tecnologías avanzadas. Éxito del Metaverso
 - 2.8.2. Experiencia inmersiva
 - 2.8.3. Análisis tecnológico. Usos
- 2.9. Aspectos claves del metaverso: presencia, interoperabilidad y estandarización
 - 2.9.1. Interoperabilidad. Primer mandamiento
 - 2.9.2. Estandarización de Metaversos para un correcto funcionamiento
 - 2.9.3. Los Metaversos del Metaverso
- 2.10. Real Estate en el Metaverso
 - 2.10.1. Método de apalancamiento en el Metaverso
 - 2.10.2. Comercio sin fronteras en espacios virtuales
 - 2.10.3. Reducción de la operación en espacios físicos

Módulo 3. *Blockchain*: clave para construir un Metaverso descentralizado

- 3.1. Bitcoin
 - 3.1.1. Satoshi Nakamoto
 - 3.1.2. Impacto del Bitcoin en el contexto económico, político y social
 - 3.1.3. El ecosistema del Bitcoin. Casos de uso
- 3.2. *Blockchains* públicos o privados. Nuevo modelo de gobernanza
 - 3.2.1. *Blockchains* públicas o privadas
 - 3.2.2. *Blockchains*. Modelo de gobernanza
 - 3.2.3. *Blockchain*. Casos de usos

- 3.3. *Blockchain*. El valor de los datos
 - 3.3.1. El valor de los datos en un nuevo paradigma digital
 - 3.3.2. Aportación del *Blockchain* a los datos y a su valor
 - 3.3.3. Tecnologías avanzadas para trabajar con datos gobernados
- 3.4. La descentralización y automatización del Metaverso
 - 3.4.1. Descentralización y automatización
 - 3.4.2. Respuesta tecnológica a las necesidades del usuario
 - 3.4.3. Negocios del futuro
- 3.5. El modelo de gobernanza del Metaverso a través de las DAOs
 - 3.5.1. Valor de las DAOs para el Metaverso
 - 3.5.2. Las DAOs. Reglas de juego transparentes para el Usuario
 - 3.5.3. DAOs que aportan valor al Metaverso
- 3.6. Propiedad y valor de los activos digitales y la tokenización
 - 3.6.1. El valor de los *non fungible tokens* (NFTs)
 - 3.6.2. Tokenización de activos físicos o virtuales
 - 3.6.3. Activos digitales en el Metaverso. Casos de uso
- 3.7. La economía del Metaverso
 - 3.7.1. Almacenamiento e intercambio de valor con criptomonedas
 - 3.7.2. Modelos de negocio para usuarios y organizaciones
 - 3.7.3. Las finanzas del Metaverso empoderadas por el *blockchain*
- 3.8. Identidad digital
 - 3.8.1. Certificación de nuestra identidad digital
 - 3.8.2. Avatares en el Metaverso
 - 3.8.3. Usuarios y organizaciones. Identidad digital
- 3.9. *Smart contracts*, dApps y el cryptoverso
 - 3.9.1. Mundo real vs mundo virtual. Reinención de sus actividades
 - 3.9.2. Aplicaciones descentralizadas
 - 3.9.3. *Blockchain* aplicado. Nuevo universo de posibilidades
- 3.10. El Metaverso. Nuevo internet
 - 3.10.1. Reinención del Internet a través del Metaverso
 - 3.10.2. Nuevo entorno económico y social
 - 3.10.3. Conexión del mundo físico y virtual

Módulo 4. Inversión y finanzas descentralizadas (DeFi) en el Metaverso

- 4.1. Las finanzas descentralizadas (DeFi) en el Metaverso
 - 4.1.1. Las finanzas descentralizadas
 - 4.1.2. Las finanzas en un entorno descentralizado
 - 4.1.3. Aplicación de las finanzas descentralizadas
- 4.2. Conceptos financieros avanzados aplicados a DeFi
 - 4.2.1. Oferta monetaria e inflación
 - 4.2.2. Negocios de volumen y margen
 - 4.2.3. Garantía y rendimiento
- 4.3. Modelos de negocio DeFi aplicados a Metaverso
 - 4.3.1. *Lending* y *yield farming*
 - 4.3.2. Sistemas de pago
 - 4.3.3. Servicios bancarios y de seguros
- 4.4. Plataformas DeFi aplicados a Metaverso
 - 4.4.1. DEXes
 - 4.4.2. *Wallets*
 - 4.4.3. Herramientas de analítica
- 4.5. *Cash flow* en proyectos DeFi enfocados al Metaverso
 - 4.5.1. *Cash flow* en proyectos DeFi
 - 4.5.2. Fuentes de *cash flow*
 - 4.5.3. Volumen vs margen
- 4.6. *Token economics*. Utilidad en Metaverso
 - 4.6.1. *Token economics*
 - 4.6.2. Utilidad del Token
 - 4.6.3. Sostenibilidad del Token
- 4.7. Gobernanza DeFi enfocada al Metaverso
 - 4.7.1. Gobernanza DeFi
 - 4.7.2. Modelos de gobernanza
 - 4.7.3. DAO

- 4.8. El sentido de DeFi en el Metaverso
 - 4.8.1. Sinergias entre DeFi y Metaverso
 - 4.8.2. Valor de DeFi en el Metaverso
 - 4.8.3. Crecimiento del Metaverso a través de DeFi
- 4.9. DeFi en el Metaverso, Casos de uso
 - 4.9.1. DeFi en Metaverso. Casos de uso
 - 4.9.2. Modelos de negocio nativos Web3
 - 4.9.3. Modelos de negocio híbridos
- 4.10. Futuro DeFi en el Metaverso
 - 4.10.1. Agentes relevantes
 - 4.10.2. Líneas de desarrollo
 - 4.10.3. Adopción masiva

Módulo 5. Tecnologías avanzadas para el desarrollo del Metaverso

- 5.1. Estado del arte en el desarrollo del Metaverso
 - 5.1.1. Aspectos técnicos para la web 2
 - 5.1.2. Tecnologías como soporte del Metaverso
 - 5.1.3. Aspectos técnicos para la web 3
- 5.2. Entorno de desarrollo, lenguajes de programación y *frameworks* web 2
 - 5.2.1. Entornos de desarrollo web 2
 - 5.2.2. Lenguaje de programación web 2
 - 5.2.3. *Frameworks* web 2
- 5.3. Entorno de desarrollo, lenguajes de programación y *frameworks* web 3
 - 5.3.1. Entornos de desarrollo web 2
 - 5.3.2. Lenguaje de programación web 2
 - 5.3.3. *Frameworks* web 2
- 5.4. Oráculos y *multichain*
 - 5.4.1. *Onchain* vs *offchain*
 - 5.4.2. Interoperabilidad
 - 5.4.3. *Multichain*

- 5.5. Motores gráficos y softwares de diseño 3D
 - 5.5.1. CPU vs GPU
 - 5.5.2. Motores gráficos
 - 5.5.3. Softwares de diseño 3D
- 5.6. Dispositivos y plataformas
 - 5.6.1. *Hardware* aplicado a videojuegos
 - 5.6.2. Plataformas
 - 5.6.3. Panorama competitivo actual
- 5.7. *Big data* e inteligencia artificial en Metaverso
 - 5.7.1. Ciencia de datos. Transformación de datos en información
 - 5.7.2. *Big data*. Estrategia para ciclo de vida del dato en Metaverso
 - 5.7.3. Inteligencia artificial. Personalización de experiencias de usuario
- 5.8. Realidad aumentada, realidad virtual y realidad mixta en Metaverso
 - 5.8.1. Realidades alternativas
 - 5.8.2. Realidad aumentada vs. Realidad virtual
 - 5.8.3. Realidad mixta
- 5.9. *Internet of things* y reconstrucción 3D
 - 5.9.1. El 5G y las redes de telecomunicación
 - 5.9.2. *Internet of things*
 - 5.9.3. Reconstrucción 3D
- 5.10. Futuro de la tecnología. Metaverso de 2050
 - 5.10.1. Barreras tecnológicas
 - 5.10.2. Vías de desarrollo
 - 5.10.3. Metaverso de 2050

Módulo 6. Industria *gaming* y e-Sports como entrada del Metaverso

- 6.1. El Metaverso a través de los videojuegos
 - 6.1.1. Experiencias interactivas
 - 6.1.2. Crecimiento y asentamiento del mercado
 - 6.1.3. Madurez de la Industria

- 6.2. El caldo de cultivo de los Metaversos actuales
 - 6.2.1. MMOs
 - 6.2.2. Second Life
 - 6.2.3. PlayStation Home
- 6.3. Metaverso multiplataforma. Revolución masiva del concepto
 - 6.3.1. Neal Stephenson y su obra "Snow Crash"
 - 6.3.2. De la ciencia ficción a la realidad
 - 6.3.3. Mark Zuckerberg Meta. La revolución masiva del concepto
- 6.4. Estado de la industria del videojuego. Plataformas o canales del Metaverso
 - 6.4.1. Cifras de la industria del videojuego
 - 6.4.2. Plataformas o canales del Metaverso
 - 6.4.3. Proyecciones económicas para los próximos años
 - 6.4.4. Cómo aprovechar, al máximo, el excelente estado de forma de la industria
- 6.5. Modelos de negocio: F2P vs. Premium
 - 6.5.1. Free to play o F2P
 - 6.5.2. Premium
 - 6.5.3. Modelos Híbridos. Propuestas alternativas
- 6.6. Play-to-earn
 - 6.6.1. El éxito de CryptoKitties
 - 6.6.2. Axie Infinity. Otros casos de éxito
 - 6.6.3. Desgaste del play-to-earn y la creación del Play& Snow Crash
- 6.7. GameFi: Paradigma jugador-inversor
 - 6.7.1. GameFi
 - 6.7.2. Videojuegos como trabajo
 - 6.7.3. Ruptura del modelo clásico de la diversión
- 6.8. El Metaverso en el ecosistema clásico de la industria
 - 6.8.1. Prejuicios de los aficionados, mala imagen generalizada
 - 6.8.2. Dificultades tecnológicas y de Implementación
 - 6.8.3. Falta de madurez
- 6.9. Metaverso: Interactividad vs. Experiencia jugable
 - 6.9.1. Experiencia interactiva y experiencia jugable
 - 6.9.2. Tipos de experiencia en los Metaversos actuales
 - 6.9.3. Balance perfecto entre ambas



- 6.10. Metaverso para los e-Sports
 - 6.10.1. Dificultades de los equipos para crecer
 - 6.10.2. Metaverso: experiencias inmersivas, comunidades y clubes exclusivos
 - 6.10.3. Monetización de usuarios por tecnología *Blockchain*

Módulo 7. Modelos de negocio. Casos de uso en el Metaverso

- 7.1. El Metaverso, un modelo de negocio
 - 7.1.1. El Metaverso como modelo de negocio
 - 7.1.2. Riesgos
 - 7.1.3. Cambios de hábitos
- 7.2. Herramientas de marketing y publicidad en el Metaverso
 - 7.2.1. AR&AI. Revolución del Marketing
 - 7.2.2. Comercialización de VR
 - 7.2.3. Videomarketing
 - 7.2.4. Transmisión en vivo
- 7.3. Espacios virtuales para empresas
 - 7.3.1. Conexión del mundo real con el virtual
 - 7.3.2. Metaverso y empresa. Espacios virtuales para empresas
 - 7.3.3. Impacto y reputación de las marcas
- 7.4. Metaverso: educación y aprendizaje disruptivo. Aplicación a la Industria
 - 7.4.1. *E-Learning*
 - 7.4.2. Interoperabilidad formativa
 - 7.4.3. Web 3 y Metaverso. La revolución del mercado laboral
- 7.5. La revolución del sector turístico y cultural
 - 7.5.1. VR& AR. Nuevo concepto de viajar
 - 7.5.2. Impacto en el mundo real y virtual
 - 7.5.3. Eliminación de las barreras geográficas
- 7.6. Comercialización de productos y servicios a través de la conexión del mundo real con el virtual y viceversa
 - 7.6.1. Creación de nuevos canales de venta
 - 7.6.2. Mejora de experiencia del usuario en el proceso de compra
 - 7.6.3. Consumo de contenido

- 7.7. Eventos en el Metaverso a través de entornos virtuales
 - 7.7.1. Red de contenido
 - 7.7.2. Nuevas vías de comunicación en interacción
 - 7.7.3. Alcance ilimitado
- 7.8. Gestión y seguridad de datos en el Metaverso
 - 7.8.1. Gestión y seguridad. Protección de datos
 - 7.8.2. Interoperabilidad de datos
 - 7.8.3. Trazabilidad
- 7.9. SEO Visual. Posicionamiento online
 - 7.9.1. AI, base del nuevo posicionamiento
 - 7.9.2. Valor añadido a la audiencia
 - 7.9.3. Contenido único y personalizado
- 7.10. DAO en el Metaverso
 - 7.10.1. Respaldo en la *Blockchain*
 - 7.10.2. Gobernanza y poder de decisión
 - 7.10.3. Fidelización de comunidad

Módulo 8. Ecosistema y actores principales del Metaverso

- 8.1. Ecosistemas de Innovación abierta en la industria del Metaverso
 - 8.1.1. La colaboración en el desarrollo de ecosistemas abiertos
 - 8.1.2. Ecosistemas de innovación abierta en la industria del Metaverso
 - 8.1.3. Impacto del ecosistema en el crecimiento del Metaverso
- 8.2. Proyectos *opensource*. Catalizadores del desarrollo tecnológico
 - 8.2.1. El *opensource* como acelerador de la innovación
 - 8.2.2. Integración de proyectos *opensource*. Visión completa
 - 8.2.3. Los estándares y tecnologías abiertas como aceleradores
- 8.3. Comunidades de la web 3.0
 - 8.3.1. El proceso de creación y desarrollo de comunidades
 - 8.3.2. Aportación de las comunidades al progreso tecnológico
 - 8.3.3. Comunidades más relevantes de la web 3.0

- 8.4. Redes y relaciones sociales en la web
 - 8.4.1. Tecnologías facilitadoras de nuevas formas de relacionarnos
 - 8.4.2. Entornos físicos y digitales donde construir comunidades web 3
 - 8.4.3. La evolución de las redes sociales web 2 hacia la web 3
- 8.5. Usuarios, empresas y ecosistema. Avance del Metaverso
 - 8.5.1. Los Metaversos con visión de la web 3.0
 - 8.5.2. Las corporaciones que invierten en Metaverso
 - 8.5.3. El ecosistema que permite ofrecer una solución completa
- 8.6. Creadores de contenido en el Metaverso
 - 8.6.1. Los nómadas digitales
 - 8.6.2. Las organizaciones, constructores de un nuevo canal de relación con sus clientes
 - 8.6.3. Influencers, *streamers* o *gamers* como *early adopters*
- 8.7. Proveedores de experiencias en el Metaverso
 - 8.7.1. Canales de venta reinventados
 - 8.7.2. Experiencias inmersivas
 - 8.7.3. Personalización justa y transparente
- 8.8. Descentralización e infraestructura tecnológica en el Metaverso
 - 8.8.1. Tecnologías distribuidas y descentralizadas
 - 8.8.2. *Proof of work* vs *proof of stake*
 - 8.8.3. Capas tecnológicas clave para la evolución del Metaverso
- 8.9. Interfaz humana, dispositivos electrónicos que habilitan la experiencia del Metaverso
 - 8.9.1. La experiencia que ofrecen los dispositivos tecnológicos existentes
 - 8.9.2. Tecnologías avanzadas en Metaverso
 - 8.9.3. La realidad extendida (XR) como inmersión en el Metaverso
- 8.10. Incubadoras, aceleradoras y vehículos de inversión en el Metaverso
 - 8.10.1. Incubadoras y aceleradoras para desarrollar negocios en el Metaverso
 - 8.10.2. Financiación e inversión en el Metaverso
 - 8.10.3. Atracción del "*smart capital*"

Módulo 9. Marketing en Metaverso

- 9.1. El Metaverso. Nueva plataforma de consumo de contenidos publicitarios
 - 9.1.1. El Big Bang. Origen de la publicidad
 - 9.1.2. Serotonina: el motor que mueve los avatares
 - 9.1.3. Inmediatez, una nueva medida de satisfacción
- 9.2. Redirección de tráfico a Metaversos: transición de *funnel* a atmósferas de conversión
 - 9.2.1. La publicidad como molécula que envuelve los ecosistemas digitales
 - 9.2.2. Habitantes de un Metaverso
 - 9.2.3. Endosfera del metaverso
- 9.3. Conversión en Metaversos: monetización de atmósferas
 - 9.3.1. Rentabilidad
 - 9.3.2. Notoriedad, conversión, *retargeting* y fidelización
 - 9.3.3. Compras: la gasolina del metaverso
- 9.4. Barreras de soportes publicitarios tradicionales vs. Metaverso
 - 9.4.1. Publicidad tradicional. Soportes
 - 9.4.2. Metaverso: bucle de soportes tridimensionales
 - 9.4.3. Transformación de las tradiciones publicitarias
- 9.5. El *funnel* del Metaverso: un embudo tridimensional
 - 9.5.1. Contactos
 - 9.5.2. Prospectos
 - 9.5.3. Clientes
- 9.6. KPI's en el Metaverso: medición del efecto de tu publicidad en un espacio inmersivo
 - 9.6.1. Atención
 - 9.6.2. Interés
 - 9.6.3. Decisión
 - 9.6.4. Acción
 - 9.6.5. Recuerdo
- 9.7. Publicidad en el Metaverso
 - 9.7.1. Desarrollo digital de los sentidos en el Metaverso: engañando a la mente
 - 9.7.2. Cómo atraer a los usuarios a través de experiencias tridimensionales nunca vistas
 - 9.7.3. Nuevos soportes tridimensionales

- 9.8. NFT's: los nuevos clubes de fidelización
 - 9.8.1. Comprando la fidelidad
 - 9.8.2. Presumiendo la exclusividad
 - 9.8.3. El NFT como identificador en el metaverso
- 9.9. Experiencias de consumo en el Metaversos
 - 9.9.1. Acercando el producto al cliente
 - 9.9.2. Limitaciones de los entornos tridimensionales: los 6 sentidos
 - 9.9.3. Generación de entornos controlados
- 9.10. Casos de éxito de marketing en el Metaverso
 - 9.10.1. Avatares
 - 9.10.2. Economía
 - 9.10.3. *Gaming*

Módulo 10. Panorama actual en la carrera por construir el futuro Metaverso

- 10.1. Visión del Metaverso por parte de los *players* de la industria
 - 10.1.1. Implantación del Metaverso en estructuras actuales
 - 10.1.2. Empresas en desarrollo de Metaverso
 - 10.1.3. Empresas afianzadas en el Metaverso
- 10.2. Identidad digital e implicaciones sociales y éticas del Metaverso
 - 10.2.1. Identidad digital en el Metaverso
 - 10.2.2. Implicaciones sociales
 - 10.2.3. Implicaciones éticas
- 10.3. Metaverso más allá del *gaming*
 - 10.3.1. El *gaming* como toma de contacto
 - 10.3.2. Sectores que llegan para quedarse
 - 10.3.3. Reinención de algunos negocios
- 10.4. Entorno laboral y profesional en el Metaverso
 - 10.4.1. Identificación de oportunidades laborales en el Metaverso
 - 10.4.2. Nuevas carreras profesionales
 - 10.4.3. Adaptación de los trabajos actuales al Metaverso
- 10.5. Neuromarketing en el Metaverso
 - 10.5.1. Comportamiento del consumidor en el Metaverso
 - 10.5.2. Marketing experiencial
 - 10.5.3. Estrategias de Neuromarketing en el Metaverso
- 10.6. Metaverso y ciberseguridad
 - 10.6.1. Amenazas involucradas
 - 10.6.2. Identificación de los cambios en seguridad digital del Metaverso
 - 10.6.3. Ciberseguridad real en el Metaverso
- 10.7. Implicaciones emocionales y psicológicas tras la experiencia en el Metaverso. Buenas prácticas
 - 10.7.1. Adaptación a una nueva experiencia
 - 10.7.2. Efectos secundarios de la interacción con el Metaverso
 - 10.7.3. Buenas prácticas en el Metaverso
- 10.8. Adaptación de la legalidad al Metaverso
 - 10.8.1. Desafíos legales que plantea a día de hoy el Metaverso
 - 10.8.2. Cambios legales necesarios
 - 10.8.3. Contratos, propiedad intelectual y otros tipos de relaciones
- 10.9. *Roadmap* a corto, medio y largo del Metaverso
 - 10.9.1. *Roadmap* a corto plazo
 - 10.9.2. *Roadmap* a medio plazo
 - 10.9.3. *Roadmap* a largo plazo
- 10.10. Metaverso, paradigma de futuro
 - 10.10.1. Una oportunidad de crecimiento única
 - 10.10.2. Especialización en el Metaverso
 - 10.10.3. Monetización de la virtualidad del futuro

04

Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH está diseñado para proporcionar a los profesionales las herramientas necesarias para liderar en entornos digitales, integrando tecnologías emergentes en la gestión empresarial. Al mismo tiempo, los egresados adquirirán competencias avanzadas para diseñar estrategias de negocio en el Metaverso, gestionar activos digitales y optimizar la experiencia del usuario en entornos virtuales. Además, estarán preparados para liderar proyectos de innovación, implementar modelos de economía descentralizada y desarrollar soluciones inmersivas que potencien la interacción y el engagement en plataformas digitales.



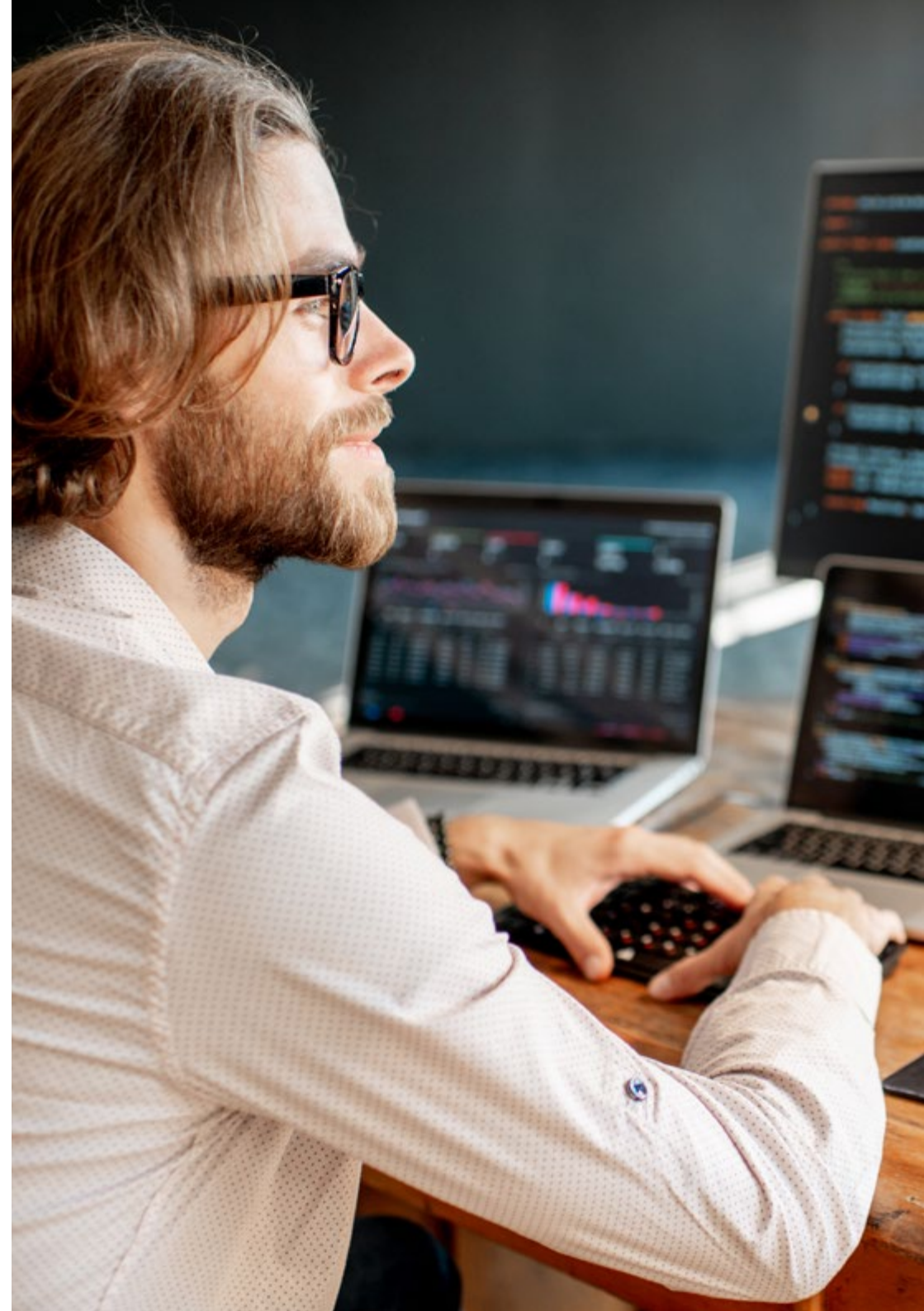


Aplicarás principios legales relacionados con la protección de datos, la privacidad y los derechos de propiedad intelectual en el Metaverso"



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar conocimientos avanzados en *Management* aplicado al *Metaverso*, comprendiendo su impacto y potencial en la transformación de modelos de negocio digitales
- ♦ Identificar las aplicaciones del *blockchain* en la gestión empresarial, promoviendo la descentralización y la transparencia en los procesos organizativos
- ♦ Implementar estrategias innovadoras en entornos virtuales, integrando tecnologías emergentes para optimizar la toma de decisiones y la eficiencia operativa
- ♦ Integrar el uso de tecnologías inmersivas como la realidad virtual y la realidad aumentada en la creación de experiencias interactivas que potencien la participación del usuario
- ♦ Aplicar técnicas de análisis de datos en el *Metaverso* para mejorar las estrategias comerciales y de marketing
- ♦ Utilizar plataformas digitales descentralizadas para fomentar nuevas oportunidades de negocio y desarrollar ecosistemas virtuales sostenibles
- ♦ Diseñar y gestionar proyectos que integren NFTs y finanzas descentralizadas (DeFi), potenciando la innovación en la economía digital
- ♦ Fomentar el aprendizaje continuo en tecnologías disruptivas, asegurando que los profesionales estén actualizados en las últimas tendencias del *Metaverso*





Objetivos específicos

Módulo 1. Web 3.0. Base del Metaverso

- ♦ Analizar la evolución histórica del Metaverso y la Web 3.0, identificando hitos clave en la transformación digital
- ♦ Explorar el impacto de la Web 3.0 en la gestión empresarial y su potencial en la transformación organizacional

Módulo 2. El Metaverso

- ♦ Examinar el papel del *blockchain* como base tecnológica del Metaverso
- ♦ Analizar el valor de los *non fungible tokens* y su aplicación en la tokenización de activos físicos y virtuales

Módulo 3. Blockchain: clave para construir un Metaverso descentralizado

- ♦ Comprender las dinámicas de las finanzas descentralizadas en el ecosistema del Metaverso
- ♦ Analizar modelos de negocio emergentes basados en DeFi y su impacto en la innovación financiera

Módulo 4. Inversión y finanzas descentralizadas (DeFi) en el Metaverso

- ♦ Estudiar el potencial de la realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR) y inteligencia artificial (AI) en entornos inmersivos
- ♦ Implementar tecnologías inmersivas en experiencias interactivas y comerciales

Módulo 5. Tecnologías avanzadas para el desarrollo del Metaverso

- ♦ Analizar el valor de las organizaciones autónomas descentralizadas en el ecosistema del Metaverso
- ♦ Comprender las reglas de gobernanza transparente de las DAOs y su implicación para los usuarios

Módulo 6. Industria *gaming* y e-Sports como entrada del Metaverso

- ♦ Estudiar el papel de las comunidades digitales en el crecimiento del *Metaverso*
- ♦ Analizar la creación y gestión de ecosistemas abiertos a partir de proyectos *opensource*

Módulo 7. Modelos de negocio. Casos de uso en el Metaverso

- ♦ Diseñar estrategias de *marketing experiencial* en entornos virtuales inmersivos
- ♦ Evaluar el impacto del *neuromarketing* en la toma de decisiones de los usuarios digitales

Módulo 8. Ecosistema y actores principales del Metaverso

- ♦ Analizar casos de éxito de empresas que han implementado modelos disruptivos en el Metaverso
- ♦ Desarrollar estrategias comerciales que integren los principios de descentralización y tokenización

Módulo 9. Marketing en Metaverso

- ♦ Obtener una visión integral de los entornos virtuales y su impacto en las estrategias de marketing digital
- ♦ Diseñar anuncios personalizados que aumenten la visibilidad de las marcas dentro de plataformas como Decentraland, Roblox o Sandbox

Módulo 10. Panorama actual en la carrera por construir el futuro Metaverso

- ♦ Explorar nuevas oportunidades profesionales en el ecosistema del *Metaverso*
- ♦ Liderar proyectos innovadores que impulsen la transformación empresarial en el contexto digital

05

Salidas profesionales

Esta titulación universitaria de TECH es una oportunidad única para los profesionales que desean actualizar sus competencias y dominar las herramientas del Metaverso, la web 3.0 y el *blockchain*, tecnologías que están transformando la gestión empresarial. A través de estos conocimientos innovadores, los egresados ampliarán sus oportunidades laborales en sectores digitales emergentes, liderando proyectos disruptivos e impulsando la transformación digital de las organizaciones.



“

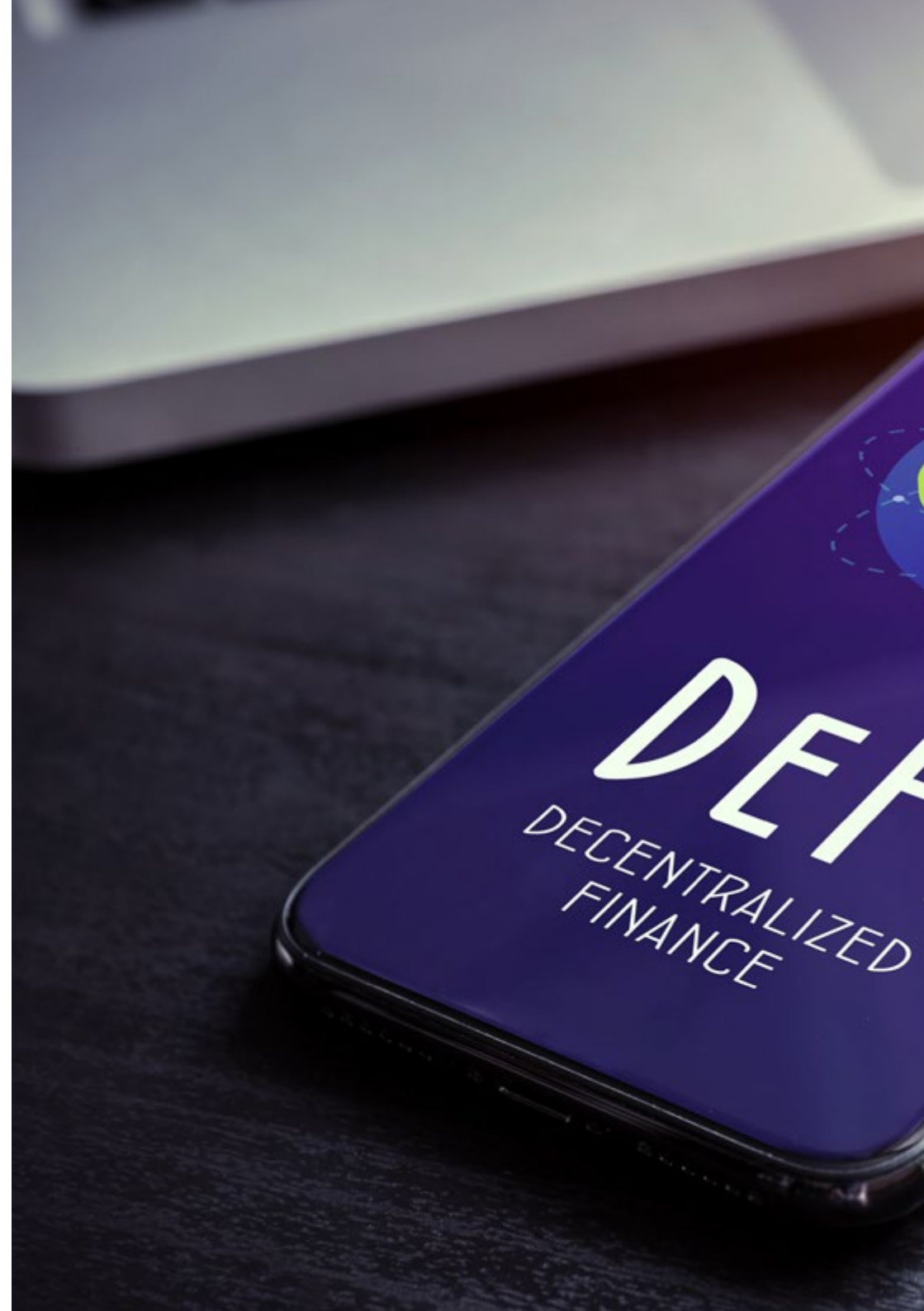
Liderarás equipos multidisciplinares orientados a la creación de proyectos en entornos virtuales, desde eventos hasta plataformas comerciales inmersivas”

Perfil del egresado

El egresado de este Máster Título Propio de TECH será un profesional capacitado para integrar tecnologías del Metaverso en la gestión empresarial, optimizando procesos organizativos y generando nuevas oportunidades de negocio. Además, tendrá habilidades para diseñar, implementar y evaluar estrategias en entornos virtuales, liderar proyectos de innovación digital y gestionar comunidades en plataformas descentralizadas. Además, estará preparado para abordar desafíos éticos relacionados con la privacidad, la seguridad de los datos y la transparencia en entornos digitales.

Podrás desempeñarte con excelencia en la Dirección de Proyectos Virtuales, aplicando tecnologías disruptivas para transformar la gestión empresarial.

- ♦ **Adaptación tecnológica en entornos virtuales:** Habilidad para incorporar herramientas del Metaverso y Blockchain en la gestión empresarial, mejorando la eficiencia operativa y generando ventajas competitivas
- ♦ **Resolución de problemas empresariales:** Capacidad para aplicar pensamiento crítico en la identificación de oportunidades de negocio y en la creación de soluciones innovadoras en entornos digitales
- ♦ **Compromiso ético y seguridad digital:** Responsabilidad en la aplicación de principios éticos y normativas de privacidad, asegurando la protección de datos en plataformas virtuales
- ♦ **Colaboración interdisciplinaria:** Aptitud para trabajar en equipos multidisciplinares, integrando conocimientos técnicos y de gestión para el desarrollo de proyectos digitales innovadores



Después de realizar el programa Máster Título Propio en Management en Metaverso, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Especialista en Gestión de Proyectos en el Metaverso:** Encargado de implementar y supervisar iniciativas en entornos virtuales para maximizar la interacción y el crecimiento empresarial.
- 2. Consultor en Innovación y Tecnología Descentralizada:** Responsable de asesorar a empresas en la integración de tecnologías blockchain y soluciones descentralizadas en sus modelos de negocio.
- 3. Gestor de Ecosistemas Digitales:** Experto en la creación y gestión de comunidades en plataformas de la Web 3.0, desarrollando estrategias de crecimiento en entornos virtuales.
- 4. Especialista en Marketing Inmersivo y Experiencial:** Encargado de diseñar campañas de marketing en el Metaverso, utilizando técnicas de neuromarketing y experiencias interactivas.
- 5. Consultor en Tokenización de Activos y NFTs:** Dedicado a la creación, gestión y monetización de activos digitales a través de tecnologías de tokenización y Non Fungible Tokens.
- 6. Director de Proyectos de Finanzas Descentralizadas:** Responsable de implementar soluciones financieras innovadoras en ecosistemas virtuales, optimizando recursos y estrategias de inversión.
- 7. Experto en Gobernanza Descentralizada:** Gestor de proyectos que implementan organizaciones autónomas descentralizadas para promover la transparencia y la toma de decisiones democráticas.
- 8. Especialista en Seguridad Digital en el Metaverso:** Responsable de desarrollar estrategias de protección de datos y garantizar la integridad de las plataformas digitales y diplomática.

06

Metodología de estudio

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

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



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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

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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

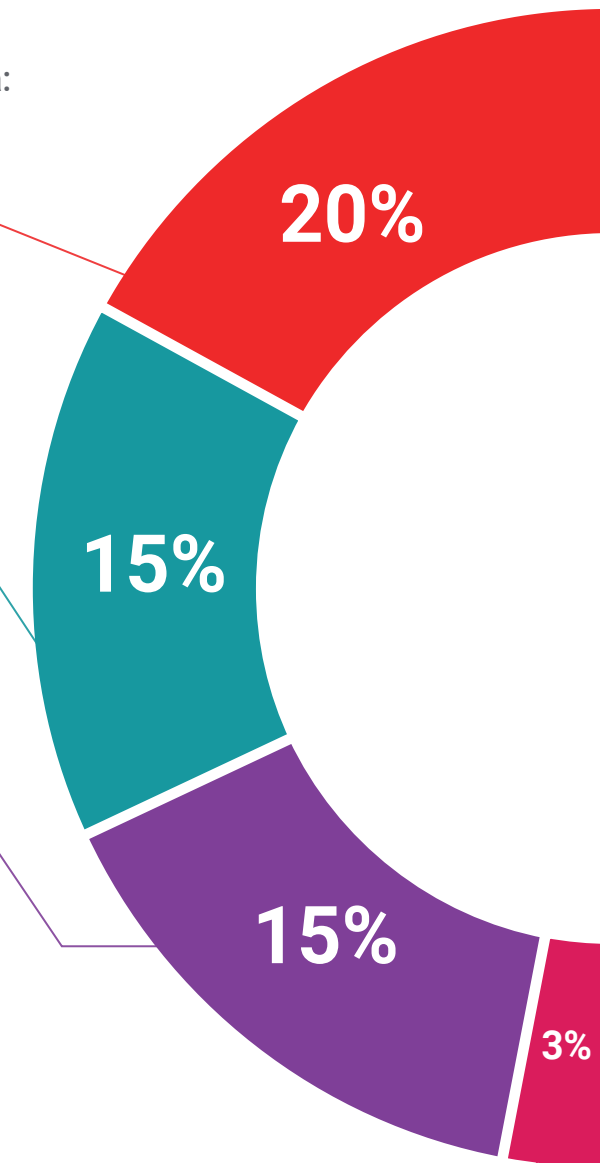
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

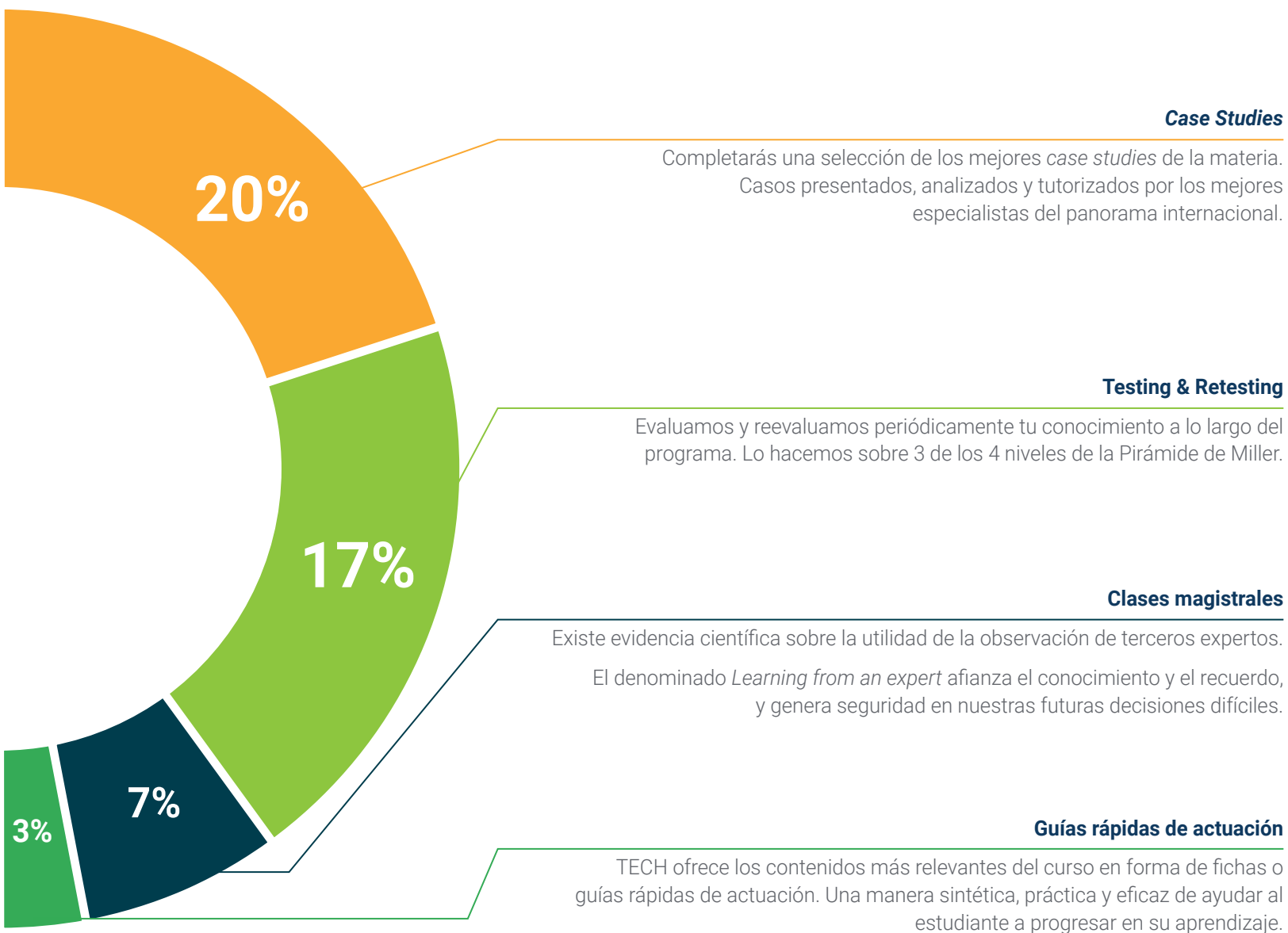
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Case Studies

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



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

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



Guías rápidas de actuación

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



07

Cuadro docente

TECH, en su compromiso con ofrecer la mejor experiencia académica, ha seleccionado para este Máster Título Propio a un conjunto de profesionales del entorno virtual procedentes de distintas especialidades, pero caracterizados por una amplia y dilatada trayectoria en la gestión y dirección de proyectos relacionados con el Metaverso. Se trata de especialistas que, además, han emprendido con éxito sus propios planes y que han alcanzado el máximo nivel en sus respectivas áreas. Por lo tanto, el egresado podrá aprender de sus estrategias y hacerlas suyas para llevar a la cúspide del sector su carrera profesional.





“

*Completa este programa junto un
claustro docente integrado por los
mejores expertos”*

Director Invitado Internacional

Andrew Schwartz es un experto en innovación digital y estrategia de marca, especializado en la integración del **Metaverso** con el **desarrollo empresarial** y las **plataformas digitales**. De hecho, sus intereses abarcan, desde la **creación de contenido** y la **gestión de startups**, hasta la implementación de estrategias en **redes sociales** y activación de grandes ideas. Así, a lo largo de su carrera, ha liderado proyectos que han buscado generar resultados concretos y medibles, aprovechando la convergencia entre **tecnología** y **negocios**.

Durante su trayectoria profesional, ha trabajado en **Nike** como **Director de Ingeniería de Metaverso**, liderando un equipo multidisciplinario de desarrolladores, diseñadores y científicos de datos para explorar el potencial del **Metaverso** en la evolución de la **conectividad digital y física**. En este mismo rol, ha desarrollado estrategias para la creación de productos y procesos innovadores, además de **herramientas Web3** y **gemelos digitales** que han redefinido la interacción de los **consumidores** con la **marca**. También se ha desempeñado como **Director de Experiencias de Momentos Deportivos**.

Asimismo, ha colaborado como **Asesor Estratégico de Innovación de Tecnología Exponencial** en la **AI MINDSystems Foundation**, donde ha contribuido al desarrollo de **tecnologías emergentes** y ha publicado **artículos** sobre el impacto del **Metaverso** y la **Inteligencia Artificial** en el futuro de los **negocios**. Y es que su capacidad para anticipar **tendencias**, así como su visión estratégica lo han posicionado como un profesional influyente en la **transformación digital** global.

A nivel internacional, ha sido un referente en la aplicación del **Metaverso** en la industria del **deporte** y el **comercio**, contribuyendo en proyectos que han marcado un antes y un después en la manera de entender la relación entre **tecnología** y **marca**. En este sentido, su trabajo ha sido reconocido con numerosos **premios** y ha consolidado su reputación como un innovador que desafía los límites convencionales.



D. Schwartz, Andrew

- Director de Ingeniería de Metaverso en Nike, Boston, Estados Unidos
 - Director de Experiencias de Momentos Deportivos en Nike
 - Asesor Estratégico en Innovación de Tecnología Exponencial en la AI *MINDSystems Foundation*
 - Director de Innovación en Intralinks
 - Líder de Productos Digitales en Blue Cross Blue Shield of Massachusetts
 - Jefe de Innovación de Contenidos en Leia Inc.
 - Director de Estrategia de Marca en Interbrand
 - Director de Desarrollo y Líder de Strata-G Internet Group en Strata-G Communications
- Miembro de: Consejo Asesor de *Blockchain* en la Universidad Estatal de Portland y Comité Escolar del Distrito Escolar Regional Acton-Boxborough



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

Dirección



D. Cavestany Villegas, Íñigo

- ♦ *Co-Founder & Head of Ecosystem* de Second World
- ♦ Líder de Web3 y Gaming
- ♦ Especialista de IBM Cloud en IBM
- ♦ Consejero de Netspot OTN, Velca y Poly Cashback
- ♦ Docente en escuelas de negocios como IE Business School y IE Human Sciences and Technology
- ♦ Graduado en Business Administration en IE Business School
- ♦ Máster en *Business Development* por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Especialista de IBM Cloud
- ♦ Certificación Profesional como *IBM Cloud Solution Advisor*

Profesores

D. Cameo Gilabert, Carlos

- ♦ Fundador y *Chief Technology Officer* de Second World
- ♦ Cofundador de Netspot
- ♦ Cofundador de Banc
- ♦ *Chief Technology Officer* de Jovid
- ♦ Desarrollador *Full Stack Freelance*
- ♦ Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster en *Data Science* por la Universidad Politécnica de Madrid

D. Ripoll López, Carlos

- ♦ Ingeniero Especialista en Administración de Negocios
- ♦ Fundador y CEO de SecondWorld
- ♦ Fundador de Netspot Hub
- ♦ *Digitalization & Market Research* en Cantabria Labs
- ♦ Graduado en Ingeniería por la Universidad Europea
- ♦ Graduado en Administración de Negocios por el IE Business School

D. López-Gasco, Alejandro

- ♦ Cofundador de SecondWorld y Jefe del Metaverso
- ♦ Cofundador de TrueSushi
- ♦ Ejecutivo de Negocios para el Desarrollo en Amazon
- ♦ Licenciado en Derecho y Marketing por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ HSK4 Chino Mandarín por Beijing Language and Culture University
- ♦ Máster en M&A and Private Equity por el IEB
- ♦ Cross border e-commerce bootcamp en Shanghai Normal University

D. Sánchez Temprado, Alberto

- ♦ *Project Manager* en Second World
- ♦ *Game Evaluation Manager* en Facebook
- ♦ *Game Analyst* en PlayGiga
- ♦ *Level Designer* en BlackChiliGoat Studio
- ♦ *Game Designer* en Kalpa Games
- ♦ Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en *Game Design* por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en Cine, Televisión y Comunicación Audiovisual por Universidad Complutense de Madrid

D. Casero García, Marco Antonio

- ♦ *Chief Operating Officer* en SecondWorld
- ♦ *Event Manager* en The Pokémon Company International
- ♦ *Manager* de Metropolis Ab Alea SL
- ♦ *PR Communication Manager* en Cereal Talent Café
- ♦ Graduado en Ciencias Empresariales por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Administrador de Sistemas Informáticos con especialidad en Redes
- ♦ Máster en Dirección Comercial por el CEF Centro de Estudios Financieros
- ♦ Máster en Marketing por el CEF Centro de Estudios Financieros

D. Fernández Ansorena, Nacho

- ♦ CMO y Cofundador de Second World
- ♦ Cofundador y *Digital Strategy Manager* en Polar Marketing
- ♦ Director de Proyectos en PGS Comunicación
- ♦ Cofundador y *Development Manager* en weGroup Solutions
- ♦ Graduado en Administración y Dirección de Empresas por ESIC



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

08 Titulación

El Máster Título Propio en Management en Metaverso garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.





“

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

El programa del **Máster Título Propio en Management en Metaverso** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

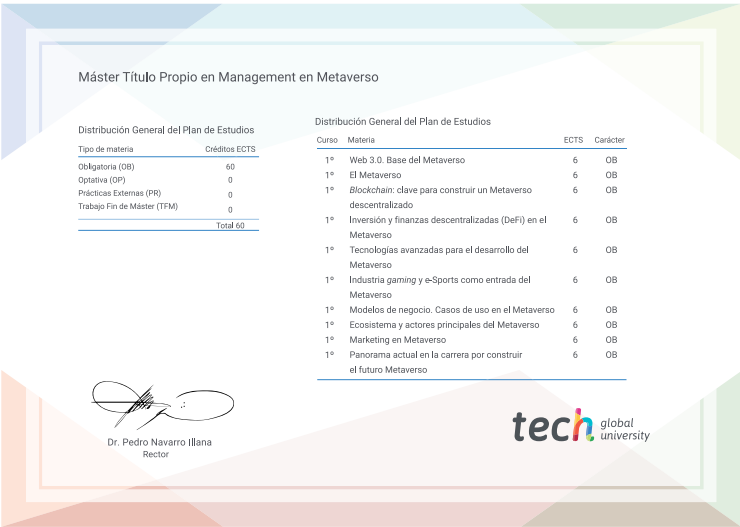
Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Máster Título Propio en Management en Metaverso**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**



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



Máster Título Propio Management en Metaverso

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

Máster Título Propio

Management en Metaverso