

Máster Título Propio

Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital



Máster Título Propio Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital

- » 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-metodologias-agiles-gestion-proyectos-transformacion-digital

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 24

05

Salidas profesionales

pág. 32

06

Metodología de estudio

pág. 36

07

Cuadro docente

pág. 46

08

Titulación

pág. 54

01

Presentación del programa

La creciente presión para acelerar los tiempos de entrega y mejorar la calidad de los proyectos ha llevado a muchas organizaciones a adoptar Metodologías Ágiles en su gestión. En paralelo, la Transformación Digital ha reconfigurado la forma en que las empresas operan, impulsando la necesidad de una gestión de proyectos más ágil y adaptable. En este contexto, es fundamental que los profesionales desarrollen competencias avanzadas para integrar Metodologías Ágiles para mejorar la competitividad organizacional y facilitar la adaptación tanto a los cambios tecnológicos como del mercado. Con esta idea en mente, TECH lanza un innovador programa universitario totalmente online enfocado en el uso de Metodologías Ágiles en la Gestión de Proyectos y Transformación Digital.





“

Por medio de este Máster Título Propio 100% online, aplicarás Metodologías Ágiles en el control de los Proyectos, adaptando los procesos según las necesidades de los clientes”

En los últimos años, las Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos han ganado una relevancia significativa en diversos sectores, siendo un componente clave en la Transformación Digital de las organizaciones. Estos enfoques proporcionan un marco flexible y colaborativo para la gestión de proyectos, lo que permite una rápida adaptación a los cambios y la mejora continua. La Transformación Digital, por su parte, involucra la integración de tecnologías avanzadas y la modificación de procesos empresariales tradicionales, creando un entorno más dinámico y centrado en el cliente.

En este escenario, TECH presenta un pionero Máster Título Propio que profundiza en la dirección estratégica de proyectos, capacitando a los alumnos para tomar decisiones basadas en datos y gestionar equipos de trabajo de manera efectiva. Se analizarán casos de éxito de empresas que han adoptado metodologías ágiles, permitiendo comprender cómo estas prácticas mejoran la productividad y la competitividad empresarial. De esta forma, los egresados estarán preparados para liderar procesos de cambio y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado.

El programa universitario se estructura en módulos específicos que cubren desde los principios fundamentales de la agilidad hasta la aplicación avanzada en diferentes industrias. A través de un enfoque práctico, los participantes desarrollarán habilidades para gestionar proyectos en un mundo empresarial cada vez más exigente. Adicionalmente, contarán con la flexibilidad de un modelo de aprendizaje online, permitiendo compatibilizar su desarrollo profesional con otras responsabilidades.

El Campus Virtual está diseñado para garantizar una experiencia formativa accesible y de calidad, con materiales disponibles las 24 horas del día y metodologías innovadoras como el Relearning. Así, los egresados podrán reforzar sus conocimientos y avanzar a su propio ritmo, asegurando una asimilación efectiva de los conceptos clave. Esta metodología facilita la aplicación inmediata de los aprendizajes en el entorno laboral, potenciando la evolución profesional de los estudiantes.

Este **Máster Título Propio en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la dirección de Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital
- ♦ 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



Un prestigioso Director Invitado Internacional ofrecerá 10 intensivas Masterclasses para ahondar en la aplicación de Metodologías Ágiles en la Gestión de Proyectos y Transformación Digital”

“

Refuerza tus habilidades con una multitud de recursos prácticos diseñados para afianzar los conocimientos teóricos y aplicarlos en escenarios reales”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de las Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital 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.

A través del análisis de casos, simulaciones y actividades interactivas, podrás desarrollar una visión estratégica de la gestión de proyectos.

Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



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.

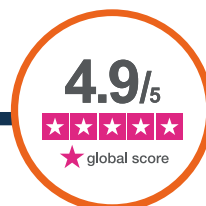
Líderes en empleabilidad

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.



03

Plan de estudios

Los materiales didácticos de este Máster Título Propio en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital han sido diseñados por expertos en Dirección de Proyectos y Transformación Digital. Gracias a este enfoque, el plan de estudios profundiza en metodologías ágiles como *Scrum*, *Kanban* y *Lean Startup*, proporcionando a los estudiantes herramientas para optimizar la gestión de proyectos y procesos de innovación en entornos altamente competitivos. Además, se explorarán modelos de negocio digitales, estrategias de marketing en el ecosistema digital y nuevas tendencias tecnológicas que impactan la gestión empresarial.





“

Manejarás herramientas digitales que optimicen los procesos de gestión y mejoren la eficiencia empresarial en el entorno digital”

Módulo 1. Impacto digital en los negocios: nuevos modelos de negocio digitales

- 1.1. Internet y su impacto en la sociedad
 - 1.1.1. Desarrollo del internet y su impacto social
 - 1.1.2. Inicio Web 1.0
 - 1.1.3. Conectividad
 - 1.1.4. Futuro nuevas tendencias
- 1.2. Internet como medio de comunicación: cambios sociales y económicos
 - 1.2.1. Los medios de comunicación
 - 1.2.2. Aportación de Internet como medio de comunicación
 - 1.2.3. Inconvenientes
- 1.3. La Web 2.0: un cambio de paradigma
 - 1.3.1. Internet 2.0
 - 1.3.2. El manifiesto ClueTrain
 - 1.3.3. El paradigma de la nueva comunicación y el nuevo consumidor
 - 1.3.4. Mobile
- 1.4. Modelos de negocio
 - 1.4.1. Modelo de negocio
 - 1.4.2. Generación de ingresos
 - 1.4.3. Público objetivo
 - 1.4.4. La competencia
 - 1.4.5. La propuesta de valor
- 1.5. Competiendo en la economía digital
 - 1.5.1. Novedades en la economía digital
 - 1.5.2. Incremento de la competencia
 - 1.5.3. Las innovaciones y su impacto
- 1.6. Modelos de negocio de la economía digital I: publicidad
 - 1.6.1. Modelos de negocio basados en contenidos
 - 1.6.2. Publicidad
 - 1.6.3. Afiliación



- 1.7. Modelos de negocio de la economía digital II: transacción
 - 1.7.1. Tiendas online
 - 1.7.2. *Marketplaces*
 - 1.7.3. Suscripción
 - 1.7.4. *Sharing economy*
 - 1.7.5. Freemium
- 1.8. Modelos de negocio de la economía digital III: productos y servicios
 - 1.8.1. Productos
 - 1.8.2. Servicios
 - 1.8.3. Información
 - 1.8.4. Comunidad
- 1.9. Competencia basada en nuevos modelos de negocio
 - 1.9.1. Aportación de valor versus ingresos
 - 1.9.2. Desarrollo de modelos de ingresos
 - 1.9.3. Competir en nuevo entorno digital
- 1.10. Desarrollo de proyectos en la economía digital
 - 1.10.1. Valoración de compañías
 - 1.10.2. Prioridades
 - 1.10.3. Política de adquisiciones
 - 1.10.4. Financiación

Módulo 2. Transformación Digital de la empresa: áreas impactadas por la transformación

- 2.1. Transformación Digital
 - 2.1.1. La nueva revolución industrial
 - 2.1.2. Crecer en un entorno digital
 - 2.1.3. Cultura corporativa en un entorno digital
 - 2.1.4. Empresas nativas digitales

- 2.2. Cultura organizacional y liderazgo
 - 2.2.1. Análisis inicial, identificando el grado de madurez que presenta la organización en aspectos de liderazgo y digitalización
 - 2.2.2. Definición de objetivos estratégicos para la Transformación Digital
 - 2.2.3. Elaboración de un plan estratégico, identificando iniciativas y necesidades. Priorizando aquellas importantes consideradas en los objetivos estratégicos
 - 2.2.4. Liderazgo en la Transformación Digital
 - 2.2.5. Medición y seguimiento de los objetivos estratégicos
- 2.3. Departamento IT
 - 2.3.1. Nuevos roles en la organización
 - 2.3.2. Herramientas para usar en IT
 - 2.3.3. Liderazgo de la Transformación Digital por el departamento IT
- 2.4. Digitalización del cliente
 - 2.4.1. Puntos que influyen en la fidelidad del cliente
 - 2.4.2. Orientación al cliente, estrategia clave
 - 2.4.3. Entender el comportamiento del cliente
 - 2.4.4. Uso de los datos para conocer al cliente
 - 2.4.5. Reputación corporativa, satisfacción del cliente, eficiencia
- 2.5. De RRHH a una gestión de personas
 - 2.5.1. Los cambios desde el punto vista RRHH
 - 2.5.2. Nuevas competencias digitales para los nuevos trabajadores
 - 2.5.3. Expertos digitales vs. talento digital
 - 2.5.4. Herramientas para la selección del talento
 - 2.5.5. Toma de decisiones basadas en datos
- 2.6. Marketing y ventas
 - 2.6.1. De interrumpir la conversación a formar parte con contenido relevante
 - 2.6.2. Transmitir emociones desde nuestros activos digitales de forma inmersiva
 - 2.6.3. Integrar Commerce + Mobile + Social + AI lograr impactar para acelerar la compra
 - 2.6.4. Hyper-localización: lo local es global, rompiendo los paradigmas del comercio
 - 2.6.5. *Social Intelligence*: del *Big Data* al *Small Data* para predecir comportamientos

- 2.7. Departamento de compras
 - 2.7.1. Revalorización del departamento de compras
 - 2.7.2. Nuevas funcionalidades y roles
 - 2.7.3. Optimización de la cadena de suministros más efectiva
 - 2.7.4. Habilidades y capacidades del personal de compras
- 2.8. Industria 4.0
 - 2.8.1. La Internet móvil y la comunicación M2M son la base de IoT
 - 2.8.2. El análisis de datos (Big Data) permitirá identificar patrones e interdependencias, encontrar ineficiencias e incluso predecir eventos futuros
 - 2.8.3. Las aplicaciones e infraestructuras ofrecidas en la nube
- 2.9. Departamento financiero
 - 2.9.1. *Data Analytics*: El análisis automatizado de los datos
 - 2.9.2. Análisis real de los procesos y eventos basados en hechos
 - 2.9.3. Inteligencia artificial para el desarrollo de nuevos modelos financieros
 - 2.9.4. Automatización de los procesos más repetitivos
 - 2.9.5. Control de las operaciones por *blockchain*
- 2.10. Departamento de logística
 - 2.10.1. Experiencia de cliente
 - 2.10.2. Nuevos perfiles digitales para la logística
 - 2.10.3. Liderazgo
 - 2.10.4. Plataformas digitales

Módulo 3. Metodologías ágiles de desarrollo de nuevos modelos de negocio: *Canvas Business Model*

- 3.1. Desarrollo de nuevos modelos de negocio
 - 3.1.1. Patrones
 - 3.1.2. Ideas de diseño
 - 3.1.3. Prototipado
- 3.2. La propuesta de valor
 - 3.2.1. Dar valor a nuestros clientes
 - 3.2.2. Solución al problema de nuestros clientes
 - 3.2.3. Los clientes satisfechos y sus necesidades
 - 3.2.4. Particularizar los productos o servicios a cada sector de clientes

- 3.3. Segmentos de cliente Selección de segmentos de cliente
 - 3.3.1. Creación de valor para cada cliente
 - 3.3.2. Saber identificar los clientes más importantes
 - 3.3.3. Nichos de mercados
- 3.4. Canales de comunicación y distribución
 - 3.4.1. Dar a conocer a los clientes los productos/servicios
 - 3.4.2. Ayudar a los clientes a evaluar la propuesta
 - 3.4.3. Permitir que los clientes compren productos/servicios
 - 3.4.4. Proporcionar a los clientes una propuesta de valor
 - 3.4.5. Ofrecer a los clientes servicios de atención postventa
- 3.5. Relación con el cliente
 - 3.5.1. Captación de clientes
 - 3.5.2. Fidelización de clientes
 - 3.5.3. Estimulación de las ventas
- 3.6. Flujos de Ingreso
 - 3.6.1. Los ingresos dentro del plan de negocio
 - 3.6.2. Ingresos por transacciones derivadas de pagos puntuales
 - 3.6.3. Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos
- 3.7. Recursos Clave
 - 3.7.1. Físicos
 - 3.7.2. Intelectuales
 - 3.7.3. Humanos
 - 3.7.4. Económicos
- 3.8. Actividades Claves
 - 3.8.1. Actividades de producción
 - 3.8.2. Actividades de resolución de problemas
 - 3.8.3. Actividades de plataforma/red
- 3.9. Alianzas estratégicas
 - 3.9.1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras
 - 3.9.2. Alianzas estratégicas entre empresas competidoras
 - 3.9.3. *Joint Ventures*
 - 3.9.4. Relaciones cliente-proveedores

- 3.10. Estructura de costes
 - 3.10.1. El rol del coste en el plan de negocio
 - 3.10.2. Estructuras de costes según costes
 - 3.10.3. Estructuras de costes según valor

Módulo 4. Metodologías ágiles de gestión de proyectos y tecnología

- 4.1. Estado del arte en metodologías ágiles
 - 4.1.1. Contexto del surgimiento de estas metodologías
 - 4.1.2. Desafíos que nos ayudan a resolver
 - 4.1.3. Ecosistema de metodologías y las relaciones entre ellas
- 4.2. Agile manifiesto y principios
 - 4.2.1. Principios del manifiesto
 - 4.2.2. Significado, importancia e implicaciones
 - 4.2.3. Puntos de contacto con aspectos clave de otras metodologías coetáneas
- 4.3. SCRUM I
 - 4.3.1. SCRUM
 - 4.3.2. Desafíos y beneficios
 - 4.3.3. Características SCRUM
 - 4.3.4. Procedimiento y fases
 - 4.3.5. Roles
- 4.4. SCRUM II – Planificación y *sprints*
 - 4.4.1. Estudio del “*sprint*”
 - 4.4.2. Entender esta fase
 - 4.4.3. Objetivos y desafíos
 - 4.4.4. Procedimiento en la práctica
- 4.5. SCRUM III – Fase de revisión
 - 4.5.1. Entender esta fase
 - 4.5.2. Objetivos y desafíos
 - 4.5.3. Procedimiento en la práctica
- 4.6. SCRUM IV – Fase de retrospectiva
 - 4.6.1. Entender esta fase
 - 4.6.2. Objetivos y desafíos
 - 4.6.3. Procedimiento en la práctica

- 4.7. SCRUM V – Documentación y buenas prácticas
 - 4.7.1. Por qué documentar
 - 4.7.2. Cómo documentar
 - 4.7.3. Buenas prácticas
- 4.8. *Extreme Programming*
 - 4.8.1. Análisis del *Extreme Programming*
 - 4.8.2. Objetivos y desafíos de la metodología *Extreme Programming*
 - 4.8.3. Procedimiento en la práctica
- 4.9. KANBAN
 - 4.9.1. Metodología KANBAN
 - 4.9.2. Objetivos, beneficios y limitaciones
 - 4.9.3. La metodología en la práctica
- 4.10. Aplicación de las metodologías ágiles en distintos campos
 - 4.10.1. Entender cómo las metodologías ágiles nos pueden ayudar en diferentes áreas
 - 4.10.2. *Agile software development*
 - 4.10.3. *Agile Marketing*
 - 4.10.4. *Agile Sales*

Módulo 5. Metodologías de innovación: *Design Thinking*

- 5.1. *Design Thinking*: innovación centrada en las personas
 - 5.1.1. Entender los principios fundamentales del *Design Thinking*
 - 5.1.2. Objetivos y limitaciones
 - 5.1.3. Beneficios, dentro del contexto actual
- 5.2. Fases del *Design Thinking*
 - 5.2.1. Comprender el flujo de desarrollo de esta metodología
 - 5.2.2. Desafíos en cada una de las fases de un proyecto
 - 5.2.3. Errores y mala praxis
- 5.3. Metodologías de investigación en *Design Thinking*
 - 5.3.1. Metodologías I
 - 5.3.2. Objetivos, beneficios y limitaciones I
 - 5.3.3. Aplicación en la práctica I





- 5.4. Metodologías de investigación en *Design Thinking* II
 - 5.4.1. Metodologías II
 - 5.4.2. Objetivos, beneficios y limitaciones II
 - 5.4.3. Aplicación en la práctica II
- 5.5. El *customer journey*
 - 5.5.1. El *customer journey*
 - 5.5.2. Objetivos, beneficios y casos de uso
 - 5.5.3. Aplicación en la práctica
- 5.6. Flujo de trabajo en *Design Thinking*: la inmersión
 - 5.6.1. Objetivos
 - 5.6.2. Procedimiento
 - 5.6.3. Desafíos y buenas prácticas
- 5.7. Flujo de trabajo en *Design Thinking* II: la ideación
 - 5.7.1. Objetivos
 - 5.7.2. Procedimiento
 - 5.7.3. Desafíos y buenas prácticas
- 5.8. Flujo de trabajo en *Design Thinking* III: la implementación
 - 5.8.1. Objetivos
 - 5.8.2. Procedimiento
 - 5.8.3. Desafíos y buenas prácticas
- 5.9. Flujo de trabajo en *Design Thinking* IV: testado y cierre
 - 5.9.1. Objetivos
 - 5.9.2. Procedimiento
 - 5.9.3. Desafíos y precauciones previas a la implementación de soluciones
- 5.10. Buenas y malas prácticas en *Design Thinking*
 - 5.10.1. Riesgos y errores más habituales en la práctica del *Design Thinking*
 - 5.10.2. Casos en los que no debemos aplicar esta metodología
 - 5.10.3. Recomendaciones finales y *checklist*

Módulo 6. Metodologías Ágiles de nuevos productos y negocios: *Lean Startup*

- 6.1. Espíritu emprendedor
 - 6.1.1. Emprendedor
 - 6.1.2. Características del emprendedor
 - 6.1.3. Tipos de emprendedores

- 6.2. Emprender y trabajar en equipo
 - 6.2.1. Trabajo en equipo
 - 6.2.2. Características del trabajo en equipo
 - 6.2.3. Ventajas y desventajas de trabajar en equipo
- 6.3. Creación de una empresa
 - 6.3.1. Ser empresario
 - 6.3.2. Concepto y modelo de empresa
 - 6.3.3. Etapas del proceso de creación de empresas
- 6.4. Componentes básicos de una empresa
- 6.5. Distintos enfoques
- 6.6. Los 8 componentes de una empresa
 - 6.6.1. Clientes
 - 6.6.2. Entorno
 - 6.6.3. Tecnología
 - 6.6.4. Recursos materiales
 - 6.6.5. Recursos humanos
 - 6.6.6. Finanzas
 - 6.6.7. Redes empresariales
 - 6.6.8. Oportunidad
- 6.7. Propuesta de valor
 - 6.7.1. La propuesta de valor
 - 6.7.2. Generación de ideas
 - 6.7.3. Recomendaciones generales de propuestas de valor
- 6.8. Herramientas de Ayuda para el emprendedor
 - 6.8.1. *Lean StartUp*
 - 6.8.2. *Design thinking*
 - 6.8.3. *Open Innovation*
- 6.9. *Lean Startups*
 - 6.9.1. *Lean Startup*
 - 6.9.2. La metodología *Lean Startup*
 - 6.9.3. Fases por las que atraviesa una *startup*

- 6.10. Secuencia en el planteamiento de negocio
 - 6.10.1. Validar Hipótesis
 - 6.10.2. PMV: Producto mínimo viable PMV
 - 6.10.3. Medir: *Lean Analytics*
 - 6.10.4. Pivotar o perseverar
- 6.11. Innovar
 - 6.11.1. Innovación
 - 6.11.2. La capacidad de innovar, la creatividad y el crecimiento
 - 6.11.3. El ciclo de innovación
- 6.12. Creatividad
 - 6.12.1. La creatividad como habilidad
 - 6.12.2. El proceso de creatividad
 - 6.12.3. Tipos de creatividad

Módulo 7. Marketing digital: la transformación de la comunicación y el marketing

- 7.1. La revolución digital en el marketing
 - 7.1.1. El impacto de Internet en la comunicación
 - 7.1.2. Trascendencia de Internet en la comunicación
 - 7.1.3. Las 4P del marketing online
- 7.2. El plan de marketing en un entorno digital
 - 7.2.1. Utilidad del PdMD
 - 7.2.2. Partes del plan
 - 7.2.3. Confección plan de marketing eficaz
- 7.3. Estrategia competitiva:
 - 7.3.1. La aportación de valor
 - 7.3.2. La marca como elemento competitivo
 - 7.3.3. La *Unique Selling Proposition*
 - 7.3.4. Cambios en relaciones marca consumidor
- 7.4. Objetivos de la comunicación
 - 7.4.1. Tipos de objetivos
 - 7.4.2. Branding
 - 7.4.3. Performance
 - 7.4.4. Objetivos SMART

- 7.5. El público objetivo
 - 7.5.1. Cómo se debe definir
 - 7.5.2. La segmentación
 - 7.5.3. El Buyer Persona
- 7.6. Estrategia de comunicación
 - 7.6.1. Los *insights*
 - 7.6.2. El posicionamiento
 - 7.6.3. El mensaje
- 7.7. Las herramientas del marketing digital I: La Web
 - 7.7.1. Web
 - 7.7.2. Tipos de Web
 - 7.7.3. Funcionamiento
 - 7.7.4. El CMS
- 7.8. Las herramientas del marketing digital II: Los buscadores
 - 7.8.1. Marketing en buscadores
 - 7.8.2. SEO
 - 7.8.3. SEM
- 7.9. Las herramientas del marketing digital III: Las redes sociales
 - 7.9.1. Tipos de redes
 - 7.9.2. *Social Media Optimization*
 - 7.9.3. Social Ads
- 7.10. Las herramientas del marketing digital IV: Otras herramientas
 - 7.10.1. Emailing
 - 7.10.2. Afiliación
 - 7.10.3. *Display*
 - 7.10.4. Video

Módulo 8. Gestión de la experiencia de usuario en un ecosistema digital

- 8.2. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital I: *User Research*
 - 8.2.1. *User Research*
 - 8.2.2. Métodos claves
 - 8.2.3. Aplicación en la práctica
- 8.3. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital II: Estrategia de *User Research*
 - 8.3.1. Otros métodos de *User Research*
 - 8.3.2. Metodologías a usar según proyecto
 - 8.3.3. Combinación con otros datos
- 8.4. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital III: Entrevistas con usuarios
 - 8.4.1. Cuando hacerlas y por qué
 - 8.4.2. Tipos de entrevistas con usuarios
 - 8.4.3. Aplicación en la práctica
- 8.5. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital IV: Personas
 - 8.5.1. Definición e identificación
 - 8.5.2. Creación
 - 8.5.3. Aplicación de esta metodología en la práctica
- 8.6. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital V Pruebas de Usabilidad
 - 8.6.1. Instrucciones paso a paso sobre cómo realizar sus propios estudios de usabilidad
 - 8.6.2. Objetivos, beneficios y limitaciones
 - 8.6.3. Aplicación de esta metodología en la práctica
- 8.7. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VI: Pruebas de Usabilidad a distancia
 - 8.7.1. Definición y tipos
 - 8.7.2. Herramientas y cómo reclutar usuarios
 - 8.7.3. Análisis de los datos y presentar hallazgos
- 8.8. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VII: Análisis de experiencia de usuario
 - 8.8.1. Qué hacer cuando no tenemos datos de nuestros usuarios
 - 8.8.2. Métodos de inspección de usabilidad
 - 8.8.3. Otras técnicas

- 8.9. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VIII: MVP
 - 8.9.1. Formular hipótesis a validar y priorizarlas
 - 8.9.2. MVP y sus beneficios
 - 8.9.3. Errores más comunes
- 8.10. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital IX: La Analítica Web
 - 8.10.1. *User research* y *analytics*
 - 8.10.2. UX Discovery, optimización y metas
 - 8.10.3. Definir las métricas

Módulo 9. El comercio electrónico: nuevos canales canal de ventas

- 9.1. *E-commerce* y tipos de comercio electrónico
 - 9.1.1. Canales de venta
 - 9.1.2. Origen de los mercados electrónicos
 - 9.1.3. Ventajas y retos
 - 9.1.4. Tipos de *e-commerce*
- 9.2. Estrategia y ventaja competitiva en comercio electrónico
 - 9.2.1. Factores claves de éxito
 - 9.2.2. El *long tail*
 - 9.2.3. Ventaja competitiva en la venta online
- 9.3. Tecnología
 - 9.3.1. Requerimientos de la tecnología
 - 9.3.2. Elementos de una plataforma de venta
 - 9.3.3. Tipos de plataformas
- 9.4. Operaciones
 - 9.4.1. Las operaciones de venta online
 - 9.4.2. Procesos operativos y logísticos
 - 9.4.3. Atención al cliente
- 9.5. Medios de pago
 - 9.5.1. Relevancia
 - 9.5.2. Principales medios de pago
 - 9.5.3. El fraude y su gestión

- 9.6. La venta online
 - 9.6.1. Palancas
 - 9.6.2. Las visitas
 - 9.6.3. La conversión
 - 9.6.4. El pedido medio
- 9.7. El funnel de venta
 - 9.7.1. Desarrollo del funnel de venta
 - 9.7.2. *Engagement*
 - 9.7.3. *Check out*
- 9.8. Fidelización
 - 9.8.1. CRM
 - 9.8.2. Proceso
 - 9.8.3. Segmentación
- 9.9. Internacionalización
 - 9.9.1. Primera etapa
 - 9.9.2. Segunda etapa
 - 9.9.3. Tercera etapa
 - 9.9.4. Cuarta etapa
- 9.10. Omnicanalidad
 - 9.10.1. Impacto del móvil
 - 9.10.2. Multicanalidad vs omnicanalidad
 - 9.10.3. Retos de la omnicanalidad

Módulo 10. Nuevas tendencias de Transformación Digital y su impacto en los negocios

- 10.1. Evolución de Internet
 - 10.1.1. La evolución del ecosistema digital
 - 10.1.2. Nuevas tendencias digitales
 - 10.1.3. El nuevo cliente y el cliente futuro
- 10.2. *E-commerce* 2.0: tendencias
 - 10.2.1. Del 1.0 al 2.0
 - 10.2.2. La venta emocional
 - 10.2.3. *Sharing economy*
 - 10.2.4. Nuevas tendencias de venta online



- 10.3. CRO y *Growth hacking*
 - 10.3.1. La importancia de la conversión
 - 10.3.2. CRO
 - 10.3.3. *Growth hacking*
- 10.4. *Big Data* y ciencia de datos
 - 10.4.1. La importancia de los datos
 - 10.4.2. El *Big Data*
 - 10.4.3. El rol del *Data Scientist*
- 10.5. *Internet of Things* (IoT)
 - 10.5.1. Análisis del IoT
 - 10.5.2. Impacto en la empresa
 - 10.5.3. Los *wearables*
 - 10.5.4. La casa conectada
- 10.6. Industria 4.0
 - 10.6.1. Nuevas tendencias
 - 10.6.2. Los *makers*
 - 10.6.3. Nueva producción industrial y robotización
- 10.7. Tendencias de marketing digital
 - 10.7.1. Programática
 - 10.7.2. Video
 - 10.7.3. Contenidos: publicidad nativa
- 10.8. Internet 3.0: Web semántica
 - 10.8.1. Hacia dónde evoluciona la red
 - 10.8.2. Los robots asistentes: Alexa, Siri y Google Assistant
 - 10.8.3. La Web semántica
- 10.9. El futuro de las relaciones: el reto de la privacidad
 - 10.9.1. El reto de la privacidad
 - 10.9.2. La regulación de protección de datos
 - 10.9.3. El consumidor ante la privacidad
- 10.10. Nuevos horizontes tecnológicos
 - 10.10.1. Nuevas tendencias
 - 10.10.2. El *blockchain*
 - 10.10.3. Futura evolución y nuevos retos
 - 10.10.4. Las tecnologías que están por venir

04

Objetivos docentes

Este Máster Título Propio en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital está diseñado para dotar a los profesionales de las competencias necesarias para liderar el cambio en la gestión empresarial a través de metodologías ágiles. A lo largo de los módulos, se abordarán temas como el impacto digital en los negocios, la transformación empresarial, la gestión de la experiencia del usuario y las nuevas tendencias en comercio electrónico. Además, se profundizará en herramientas clave como Scrum, Kanban, los *wearables*, CRO y Growth Hacking, permitiendo a los egresados implementar estrategias innovadoras y optimizar procesos en entornos competitivos.



“

Liderarás el cambio en las organizaciones durante los procesos de digitalización, superando resistencias y optimizando los resultados de la Transformación”



Objetivos generales

- ♦ Potenciar el liderazgo en entornos digitales mediante la aplicación de Metodologías Ágiles, optimizando la gestión de proyectos y la toma de decisiones estratégicas en escenarios de alta competitividad
- ♦ Desarrollar una visión global e innovadora para transformar modelos de negocio tradicionales, incorporando herramientas digitales que impulsen la eficiencia y el crecimiento empresarial
- ♦ Implementar Metodologías Ágiles de gestión como Scrum, Kanban y Lean Startup, mejorando la productividad y fomentando la adaptabilidad en equipos y organizaciones
- ♦ Aplicar estrategias digitales avanzadas en marketing, comercio electrónico y experiencia de usuario, garantizando la optimización de procesos y la competitividad en mercados digitales



Tomarás decisiones estratégicas basadas en datos y métricas, utilizando herramientas digitales de última generación





Objetivos específicos

Módulo 1. Impacto digital en los negocios: nuevos modelos de negocio digitales

- ♦ Analizar el desarrollo histórico del internet y su impacto social y económico, desde la Web 1.0 hasta las tendencias futuras en conectividad y digitalización
- ♦ Comprender el papel del internet como medio de comunicación, evaluando sus aportes a la transformación social, sus ventajas y limitaciones en los ecosistemas digitales
- ♦ Estudiar la Web 2.0 como cambio de paradigma comunicativo, reconociendo el surgimiento del nuevo consumidor, el *mobile-first* y el impacto del Manifiesto Cluetrain
- ♦ Explorar los componentes esenciales de un modelo de negocio digital, incluyendo la generación de ingresos, la propuesta de valor, el público objetivo y el análisis competitivo
- ♦ Identificar los retos de competir en la economía digital, abordando el papel de las innovaciones tecnológicas, el aumento de la competencia y los nuevos patrones de consumo
- ♦ Examinar los modelos de negocio digitales basados en publicidad, afiliación y contenidos, comprendiendo sus mecanismos de monetización y sostenibilidad
- ♦ Estudiar los modelos de negocio basados en transacciones digitales, como tiendas online, *marketplaces*, sistemas de suscripción, economía colaborativa y modelos *freemium*
- ♦ Analizar los modelos centrados en productos, servicios, información y comunidades, comprendiendo cómo se configuran las ofertas de valor en entornos digitales

Módulo 2. Transformación Digital de la empresa: áreas impactadas por la transformación

- ♦ Comprender el concepto de Transformación Digital como una nueva revolución industrial, analizando su impacto en la cultura corporativa y la evolución hacia organizaciones nativas digitales
- ♦ Evaluar la madurez digital de una organización, definiendo objetivos estratégicos y desarrollando planes de transformación con liderazgo efectivo y seguimiento de resultados
- ♦ Analizar el papel del Departamento IT en la Transformación Digital, reconociendo sus nuevas herramientas, funciones y su rol como motor del cambio tecnológico
- ♦ Estudiar el proceso de digitalización del cliente, identificando factores que influyen en su fidelidad, comportamiento y experiencia mediante el uso estratégico de los datos
- ♦ Explorar la evolución de los Recursos Humanos hacia una gestión centrada en personas, destacando la adquisición de competencias digitales, la selección de talento y la toma de decisiones basada en datos
- ♦ Aplicar estrategias de Marketing y Ventas digitales, integrando contenidos inmersivos, *commerce*, *mobile*, *social*, *AI*, y técnicas de *social intelligence* para acelerar el proceso de compra

Módulo 3. Metodologías ágiles de desarrollo de nuevos modelos de negocio: Canvas *Business Model*

- ♦ Aplicar metodologías ágiles para el diseño y prototipado de nuevos modelos de negocio, reconociendo patrones de innovación, ideas de diseño y enfoques centrados en el cliente
- ♦ Diseñar propuestas de valor diferenciadas, que respondan a necesidades específicas, resuelvan problemas concretos y adapten productos o servicios a distintos sectores de clientes
- ♦ Identificar y segmentar adecuadamente a los clientes, analizando su importancia, la creación de valor por segmento y la detección de nichos de mercado rentables
- ♦ Optimizar los canales de comunicación y distribución, desde la visibilidad de los productos hasta la atención postventa, garantizando una experiencia integral para el cliente
- ♦ Establecer relaciones sólidas con los clientes, mediante estrategias efectivas de captación, fidelización y estímulo continuo de las ventas
- ♦ Definir y estructurar los flujos de ingresos, diferenciando entre pagos únicos por transacción y modelos de ingresos recurrentes, dentro de un plan de negocio sostenible

Módulo 4. Metodologías ágiles de gestión de proyectos y tecnología

- ♦ Comprender el *Agile Manifesto* y su aplicación en entornos empresariales.
- ♦ Implementar *Scrum*, *Kanban* y *Extreme Programming (XP)* para optimizar la gestión de proyectos
- ♦ Analizar la planificación, ejecución y retrospectiva en la gestión de proyectos ágiles
- ♦ Aplicar metodologías ágiles en áreas como desarrollo de software, marketing y ventas





Módulo 5. Metodologías de innovación: *Design Thinking*

- ♦ Comprender los principios fundamentales del Design Thinking, su enfoque centrado en las personas, sus objetivos, beneficios y limitaciones en el contexto actual
- ♦ Analizar las fases del proceso de Design Thinking, identificando los desafíos comunes, los errores frecuentes y las claves para una implementación eficaz
- ♦ Aplicar metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa propias del Design Thinking, evaluando sus beneficios, limitaciones y su uso práctico en proyectos reales
- ♦ Elaborar un *customer journey* como herramienta de análisis y empatía, reconociendo su utilidad para mapear la experiencia del cliente y diseñar soluciones ajustadas a sus necesidades
- ♦ Desarrollar la fase de inmersión del flujo de trabajo, profundizando en el análisis del contexto, las necesidades del usuario y la definición del problema a resolver
- ♦ Concebir soluciones creativas en la fase de ideación, utilizando técnicas de generación de ideas, evaluación de su viabilidad y aplicación de buenas prácticas colaborativas

Módulo 6. Metodologías Ágiles de nuevos productos y negocios: *Lean Startup*

- ♦ Desarrollar el espíritu emprendedor, identificando las características, tipos de emprendedores y su papel en la generación de ideas de negocio
- ♦ Fomentar el trabajo en equipo en contextos emprendedores, reconociendo sus ventajas, desafíos y claves para una colaboración eficaz
- ♦ Comprender el proceso de creación de una empresa, desde la concepción del modelo hasta las etapas fundamentales de desarrollo y consolidación
- ♦ Estudiar los componentes esenciales de una empresa, incluyendo cliente, entorno, tecnología, recursos, finanzas, redes y oportunidades de mercado
- ♦ Diseñar propuestas de valor innovadoras y adaptadas al cliente, utilizando técnicas de generación de ideas y recomendaciones estratégicas para su formulación
- ♦ Aplicar herramientas de apoyo al emprendimiento, como *Lean Startup*, *Design Thinking* y *Open Innovation*, para validar, construir e iterar modelos de negocio
- ♦ Entender la metodología Lean Startup y sus fases, desde la creación hasta el escalado, priorizando la validación continua y la agilidad en la toma de decisiones
- ♦ Implementar la secuencia de planteamiento de negocio Lean, validando hipótesis, desarrollando productos mínimos viables (PMV), midiendo con *Lean Analytics* y decidiendo entre pivotar o perseverar

Módulo 7. Marketing digital: la transformación de la comunicación y el marketing

- ♦ Comprender el impacto de la revolución digital en el marketing, evaluando cómo internet ha transformado la comunicación comercial y redefinido las 4P del marketing
- ♦ Diseñar planes de marketing digital eficaces, conociendo su utilidad, estructura y claves para su confección en entornos dinámicos y altamente competitivos
- ♦ Desarrollar estrategias competitivas en marketing digital, basadas en la propuesta de valor, el posicionamiento de marca y la *Unique Selling Proposition*, considerando los cambios en la relación con los consumidores
- ♦ Definir objetivos de comunicación claros y medibles, diferenciando entre *branding* y *performance*, y formulando objetivos SMART adecuados al entorno digital
- ♦ Identificar y segmentar al público objetivo, utilizando criterios estratégicos para construir *Buyer Personas* que representen con precisión a los clientes ideales
- ♦ Crear estrategias de comunicación digital efectivas, partiendo de *insights*, definiendo posicionamiento, y elaborando mensajes coherentes con la propuesta de valor y el tono de la marca

Módulo 8. Gestión de la experiencia de usuario en un ecosistema digital

- ♦ Comprender el valor estratégico de la experiencia de usuario (UX), reconociendo su rol transversal en el ecosistema digital y el enfoque metodológico *Lean UX*
- ♦ Aplicar técnicas de *User Research* en entornos digitales, utilizando métodos clave de investigación cualitativa y cuantitativa adaptados a los objetivos de cada proyecto
- ♦ Diseñar estrategias de investigación UX adaptadas al tipo de proyecto, combinando distintas metodologías y fuentes de datos para una comprensión integral del usuario
- ♦ Realizar entrevistas con usuarios de forma efectiva, determinando cuándo aplicarlas, qué tipos utilizar y cómo integrarlas en el proceso de diseño

Módulo 9. El comercio electrónico: nuevos canales canal de ventas

- ♦ Analizar los distintos tipos de comercio electrónico y canales de venta, comprendiendo su origen, beneficios, desafíos y evolución en los mercados digitales
- ♦ Diseñar estrategias competitivas para entornos de venta online, identificando factores clave de éxito, aprovechando el concepto de *long tail* y construyendo ventajas competitivas sostenibles
- ♦ Comprender los requerimientos tecnológicos del e-commerce, explorando los elementos y tipos de plataformas de venta para crear entornos digitales eficientes y funcionales
- ♦ Optimizar las operaciones del comercio electrónico, incluyendo procesos logísticos, atención al cliente y flujos de venta para mejorar la experiencia del usuario y la eficiencia operativa
- ♦ Evaluar los principales medios de pago en entornos digitales, considerando su relevancia, gestión de fraudes y opciones más seguras y eficientes para la conversión de ventas
- ♦ Aplicar palancas clave en la venta online, potenciando las visitas, la tasa de conversión y el ticket medio mediante técnicas de marketing digital y optimización de procesos

Módulo 10. Nuevas tendencias de Transformación Digital y su impacto en los negocios

- ♦ Comprender la evolución del ecosistema digital, identificando las nuevas tendencias tecnológicas y el perfil del cliente digital del presente y del futuro
- ♦ Explorar las tendencias emergentes del E-commerce 2.0, desde la venta emocional hasta modelos colaborativos como la sharing economy y nuevos enfoques de venta online
- ♦ Aplicar técnicas de optimización como CRO y growth hacking, entendiendo su papel en el aumento de la conversión y el crecimiento ágil del negocio digital
- ♦ Reconocer el valor estratégico del Big Data y la ciencia de datos, incluyendo el rol del Data Scientist y su impacto en la toma de decisiones empresariales
- ♦ Analizar el impacto del Internet of Things (IoT) en los negocios, evaluando ejemplos como los wearables, la casa conectada y las oportunidades de automatización empresarial
- ♦ Estudiar las tendencias de la Industria 4.0, incluyendo la robotización, el movimiento maker y los nuevos métodos de producción industrial basados en tecnología avanzada

05

Salidas profesionales

Este Máster Título Propio en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital es una oportunidad única para profesionales que buscan ampliar sus horizontes en la dirección y gestión de proyectos en entornos digitales. A través del dominio de metodologías ágiles como *Big Data*, *IoT*, *Blockchain* y Design Thinking, los egresados podrán optimizar procesos, impulsar la innovación y liderar la Transformación Digital en empresas de diversos sectores. Además, adquirirán habilidades estratégicas en modelos de negocio digitales, marketing y gestión de la experiencia del usuario, potenciando así su crecimiento profesional y acceso a nuevas oportunidades laborales.



“

Liderarás la Transformación Digital en empresas y aplicarás metodologías ágiles para optimizar la competitividad empresarial”

Perfil del egresado

El egresado de este Máster Título Propio en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital será un profesional capacitado para liderar procesos de Transformación Digital en empresas de diversos sectores. Tendrá habilidades para aplicar *Check Out*, Fidelización y CRM en la gestión de proyectos, optimizando tiempos y recursos. Además, estará preparado para diseñar e implementar modelos de negocio digitales, mejorar la experiencia del usuario y gestionar la innovación en entornos competitivos.

Serás capaz de identificar y mitigar los riesgos que pueden surgir en proyectos Ágiles y de Transformación Digital.

- ♦ **Gestión Ágil de Proyectos:** Aplicación de metodologías como Scrum y Kanban para optimizar procesos y mejorar la eficiencia operativa
- ♦ **Transformación Digital Empresarial:** Implementación de estrategias para la digitalización de áreas clave como IT, marketing y logística
- ♦ **Liderazgo en Innovación:** Desarrollo de soluciones estratégicas utilizando Design Thinking y Lean Startup para fomentar la creatividad y el emprendimiento
- ♦ **Optimización de Modelos de Negocio Digitales:** Aplicación de técnicas avanzadas para estructurar modelos de negocio competitivos y sostenibles



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

1. **Director de Transformación Digital:** Líder en la implementación de procesos digitales y optimización de estrategias empresariales.
2. **Gestor de Proyectos Ágiles:** Responsable de la planificación, ejecución y mejora de proyectos utilizando metodologías ágiles.
3. **Consultor en Innovación y Estrategia Digital:** Experto en asesoramiento para la adopción de tecnologías y optimización de modelos de negocio digitales.
4. **Especialista en Experiencia de Usuario (UX/UI):** Responsable del diseño de interfaces optimizadas para mejorar la interacción y fidelización de clientes.
5. **Analista de Datos y Business Intelligence:** Profesional en la interpretación y aplicación de Big Data y analítica predictiva para la toma de decisiones estratégicas.
6. **E-commerce Manager:** Responsable de la planificación y ejecución de estrategias en plataformas de venta online, integrando automatización y marketing digital.
7. **Gerente de Innovación y Emprendimiento:** Líder en la implementación de nuevas tecnologías y modelos de negocio escalables.
8. **Responsable de Marketing Digital:** Estratega en la creación y optimización de campañas digitales para potenciar la presencia de marcas y empresas.
9. **Líder en Ciberseguridad y Protección de Datos:** Especialista en garantizar la seguridad y privacidad de la información en entornos digitales.
10. **Chief Digital Officer:** Ejecutivo encargado de la dirección y supervisión de la Transformación Digital en una organización.



Conviértete en un referente en la gestión ágil de proyectos y lidera la Transformación Digital en cualquier industria”

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

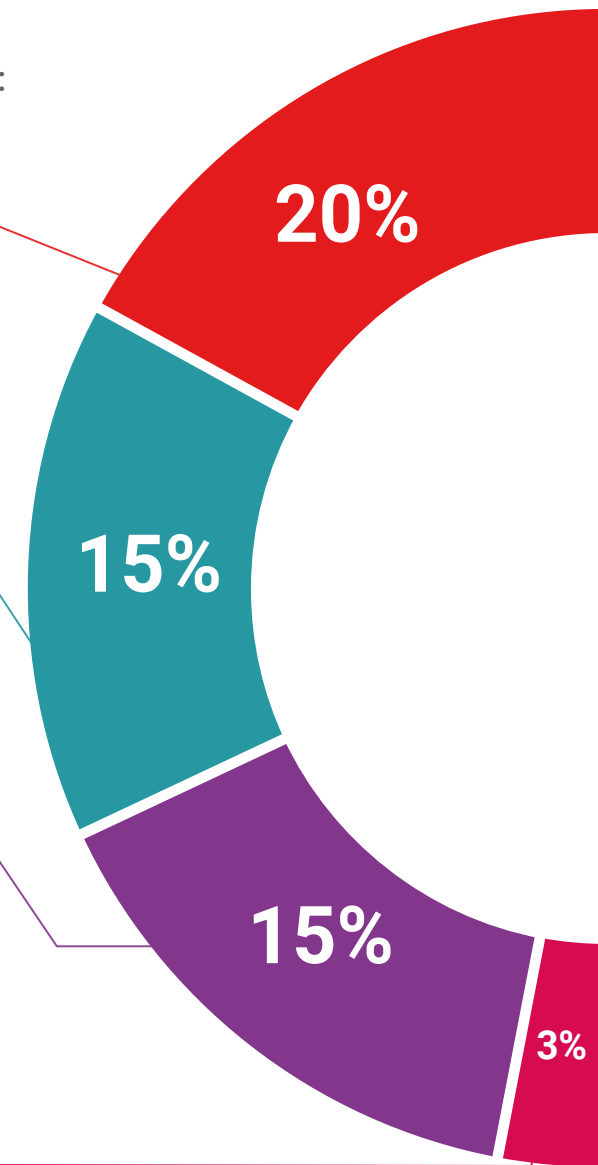
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

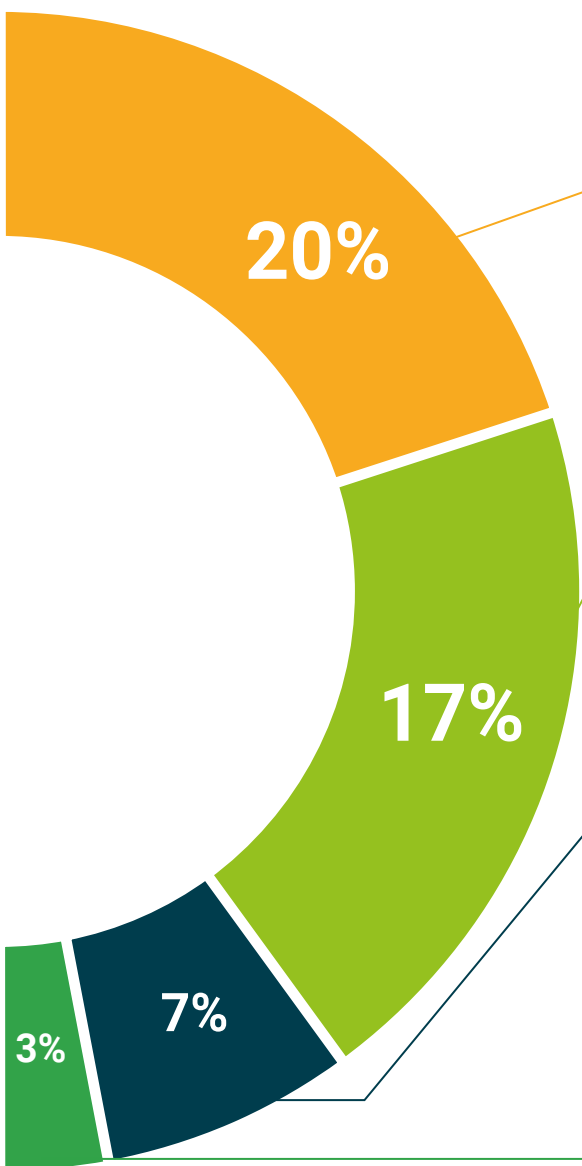
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en la gestión de proyectos y la Transformación Digital, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el máster de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.



“

Contarás con todo el apoyo del equipo docente, integrado por auténticos expertos en el uso de Metodologías Ágiles en Gestión de Proyectos y Transformación Digital”

Director Invitado Internacional

Shahzeb Rauf es un destacado profesional en **telecomunicaciones** con más de 18 años de experiencia. Especializado en la gestión de programas complejos y la implementación de **soluciones tecnológicas**, combina habilidades técnicas avanzadas con capacidades de **gestión, análisis y trabajo en equipo**. De hecho, su enfoque está orientado a objetivos, sobresaliendo por su capacidad de innovación y su habilidad para negociar e influir, lo que le permite gestionar **relaciones laborales** exitosas y cumplir con los **objetivos empresariales**.

Así, a lo largo de su carrera, ha trabajado en roles clave como, por ejemplo, **Director Técnico de Grupo** en Huawei, Pakistán, donde ha liderado proyectos estratégicos en los dominios de **IP Optics Access** y **Core**, dominando programas de transformación estratégica, como la **modernización de redes IP y de transmisión**, así como el lanzamiento de **VoLTE** y **LTE Roaming**. Estas experiencias le han permitido perfeccionar su habilidad en la **ejecución de proyectos estratégicos** y en la gestión de equipos multifuncionales.

De la misma forma, ha sido reconocido internacionalmente por su capacidad para alinear **tácticas metódicas** con **objetivos empresariales**, así como por su habilidad para construir relaciones sólidas con las partes interesadas. Asimismo, su experiencia en **gestión de riesgos, asignación y optimización de recursos** ha sido fundamental en su éxito en la **industria de telecomunicaciones**.

Además de su trayectoria profesional, Rauf ha contribuido a la industria a través de la **gestión de proyectos** y la **mentoría de equipos**. A su vez, su enfoque en la **arquitectura de soluciones a nivel Huawei Level-5** y su gestión técnica han sido clave para el éxito de sus proyectos.

Igualmente, su experiencia en la **modernización de redes** y en la implementación de **tecnologías avanzadas** subraya su compromiso con la excelencia y la innovación en un campo como el de las **telecomunicaciones**, en constante evolución.



D. Shahzeb, Rauf

- Director Técnico de Grupo en Huawei, Islamabad, Pakistán
- Gerente de Rendimiento y Optimización de Redes en NSN, Pakistán
- Gerente de Redes Inalámbricas en Motorola, Pakistán
- Líder del Equipo de Soporte L2 Inalámbrico en Motorola, Pakistán
- Ingeniero de Sistemas GS en Motorola, Pakistán
- Licenciado en Electrónica y Comunicación

“

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

Dirección



D. Giancarlo Barrientos

- ♦ IT Manager en Assist-365
- ♦ Ingeniero en Sistemas de la Información con una especialización en Ingeniería de Software por la USAL de Buenos Aires
- ♦ Cofundador y CTO en LogTech
- ♦ Fundador y CTO en Dash Core
- ♦ Máster en Gestión por Procesos y Transformación Digital
- ♦ Ingeniero de Software por la Universidad del Salvador



D. David Nieto-Sandoval González-Nicolás

- ♦ Ingeniero en Eficiencia Energética y Economía Circular en Aprofem
- ♦ Ingeniero Técnico Industrial por la EUP de Málaga
- ♦ Ingeniero Industrial por la ETSII de Ciudad Real
- ♦ Delegado de Protección de Datos Data Protection Officer (DPO) por la Universidad Antonio Nebrija
- ♦ Experto en dirección de proyectos y consultor y mentor de negocios en organizaciones como Youth Business Spain o COGITI de Ciudad Real
- ♦ CEO de la startup GoWork orientada a la gestión de las competencias y desarrollo profesional y la expansión de negocios a través de hiperetiquetas
- ♦ Redactor de contenido formativo tecnológico para entidades tanto públicas como privadas
- ♦ Profesor homologado por la EOI en las áreas de industria, emprendeduría, recursos humanos, energía, nuevas tecnologías e innovación tecnológica

Profesores

D. Jaime Cotes

- ♦ CEO Jaime Cotes
- ♦ Gerente Zoom 10
- ♦ Grado en Ingeniería por la Universidad del Norte Ingeniero Electricista
- ♦ Egresado de la Escuela de Formación de Consultores Universidad del Rosario - Universidad del Norte
- ♦ Máster Internacional en Marketing y Negocios Digitales, IEMD
- ♦ Máster of Business Administration. Especialización en redes de computadores por la Universidad del Norte
- ♦ Máster en Gestión y Dirección de Equipos Digitales
- ♦ Consultor Certificado Internacional por BVQI (Bureau Veritas Quality Internacional)
- ♦ Certificado en Digital Coach, en Escuela de Negocios Europea de Barcelona S.L.
- ♦ Diplomado Formación en Tutoría Virtual y Diplomado en docencia universitaria, en la Universidad del Norte

D. García Rodrigo, Javier

- ♦ Asesor Tecnológico Experto en Telecomunicaciones
- ♦ Consultor independiente de Tecnologías Emergentes para Startups Internacionales como FounderNest y Juntosalimos.org
- ♦ Especialista de Innovación en Telefónica
- ♦ Investigador del programa Meridian Social Innovation del Departamento de Estado. Estados Unidos
- ♦ Máster Doble en Administración de Empresas e Innovación por la Universidad de Barcelona
- ♦ Ingeniero en Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid



Dña. Lucía Garbarino

- ♦ Diseñadora de Productos Experta en UX
- ♦ Cofundadora de UX Argentina
- ♦ Diseñadora de productos en Reserve
- ♦ Coorganizadora de ProductTank
- ♦ Diseñadora de productos en Rappi
- ♦ Diseñadora de productos en Eventbrite

Dña. Santiago, Claudia

- ♦ Gestora de Cuentas de Selectrik
- ♦ Ejecutiva de Ventas Corporativas para la Berlitz Costa Atlántica. Colombia
- ♦ Directora Comercial de la Escuela de Gastronomía Verde Oliva
- ♦ Coordinadora Comercial de la Fundación Universitaria CEIPA
- ♦ Ejecutiva de Cuentas de Guía Académica en la Casa Editorial El Tiempo
- ♦ Ejecutiva de Admisiones y Directora General de sede de FUNIBER
- ♦ Licenciada en Negocios y Finanzas Internacionales por la Universidad Autónoma del Caribe
- ♦ Máster en Comercialización y Comunicación Publicitaria por la Universidad de El Salvador

Dña. Laura Crespo García

- ♦ Comunicadora Social y Periodista
- ♦ Relaciones públicas en Gente Estratégica (Colombia)
- ♦ Prensa Audiovisual en la multinacional de medios Zoomintv
- ♦ Asistente de Producción Audiovisual y Comunicación, en Secretaría de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires
- ♦ Productora Audiovisual en Juegos Olímpicos de la Juventud en Buenos Aires
- ♦ Encargada de Marketing Digital, Publicidad y Community Manager en Multiled,
- ♦ Máster en Comunicación Audiovisual
- ♦ Formación en Marketing Digital y Community Manager

08 Titulación

El Máster Título Propio en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital 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 Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital** 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.

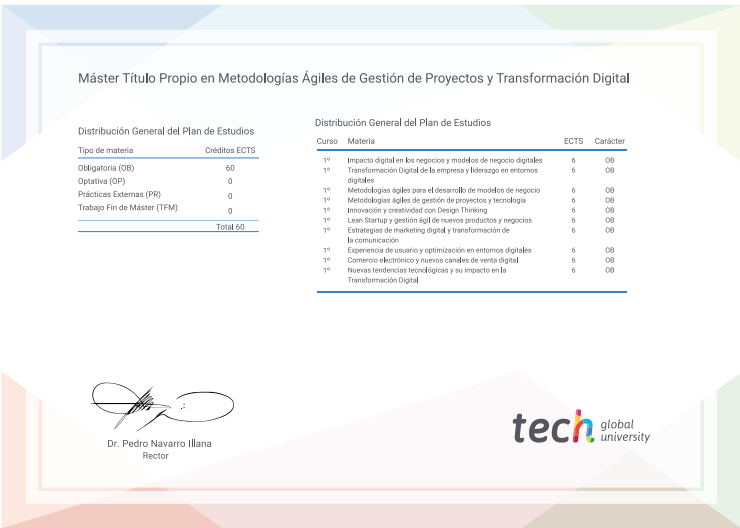
Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional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

Título: **Máster Título Propio en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital**

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 Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital

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

Máster Título Propio

Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital