

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Entidades Deportivas

Aval/Membresía



tech global
university



Máster Título Propio MBA en Dirección de Entidades Deportivas

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-entidades-deportivas

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. 20

05

Salidas Profesionales

pág. 26

06

Metodología de estudio

pág. 30

07

Cuadro docente

pág. 40

08

Titulación

pág. 68

01

Presentación del programa

En las últimas décadas, el sector deportivo ha experimentado una profunda transformación, pasando de ser un ámbito eminentemente competitivo y recreativo a consolidarse como una industria global que genera miles de millones de dólares anualmente. Según el informe *PwC Sports Outlook*, se estima que el mercado mundial del deporte profesional superará los 600 mil millones de dólares, impulsado por la digitalización, la internacionalización de las marcas deportivas y el creciente interés de inversores institucionales. Ante esta realidad, TECH ha diseñado este posgrado que brindará un enfoque integral y actualizado, diseñado para preparar directivos capaces de liderar con éxito clubes, federaciones, ligas, empresas de servicios deportivos y eventos internacionales. Todo ello, a partir de una metodología 100% online e innovadora.



“

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

La industria del deporte ha dejado de ser un ámbito meramente competitivo para convertirse en una de las economías más dinámicas a nivel global. En este entorno, las entidades deportivas deben ser gestionadas con visión empresarial, capacidad estratégica y un profundo entendimiento del ecosistema que las rodea. Por ello, la profesionalización de clubes, federaciones y organizaciones deportivas exige líderes preparados para asumir los nuevos retos relacionados.

Es en este contexto donde TECH propone una alternativa académica rigurosa, flexible y alineada con las demandas del sector. Este MBA en Dirección de Entidades Deportivas destaca por un enfoque integral que abarca áreas clave. Así, los profesionales ahondarán en la planificación y gestión de proyectos deportivos, el liderazgo directivo, el derecho aplicado al deporte, el control económico-financiero y el diseño de estrategias de marketing y comunicación institucional. Además, enfatizarán en la sostenibilidad, patrocinio y gestión de eventos, con el fin de preparar a los empresarios para liderar organizaciones en constante transformación.

Adicionalmente, este programa universitario se desarrollará completamente en modalidad online, lo que permite al alumnado compatibilizar sus estudios con su vida laboral y personal sin restricciones horarias ni geográficas. Todos los contenidos estarán disponibles 24/7 desde cualquier dispositivo con conexión a internet. A su vez, se implementará la metodología *Relearning*, un sistema de aprendizaje innovador basado en la reiteración inteligente de los conceptos clave, que favorece una comprensión profunda y duradera, optimizando los resultados académicos y profesionales. Cabe destacar que unos prestigiosos Directores Invitados Internacionales brindarán unas exhaustivas *Masterclasses*.

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

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

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Entidades Deportivas
- 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 Entidades Deportivas
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Unos reputados Directores Invitados Internacionales impartirán unas rigurosas Masterclasses que ahondarán en las estrategias más efectivas para la Dirección de Entidades Deportivas”

“

Aprovecha la multitud de recursos prácticos de este programa universitario para afianzar tus conocimientos teóricos en gestión deportiva y desarrollar una visión estratégica del sector”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de las Entidades Deportivas, 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.

El sistema Relearning aplicado por TECH en esta titulación universitaria reduce las largas horas de estudio. ¿Qué esperas para inscribirte?

Profundizarás en la gestión de relaciones con patrocinadores, socios y medios de comunicación para mejorar la visibilidad de las instituciones deportivas.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

El mejor claustro docente top internacional

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

Profesorado
TOP
Internacional

La 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.

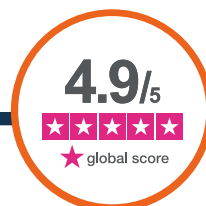
Líderes en empleabilidad

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 itinerario académico han sido diseñados por expertos en gestión deportiva, garantizando un aprendizaje integral sobre dirección estratégica en el sector. Así, el plan de estudios abarcará desde derechos y deberes laborales, convenios colectivos, cesiones temporales y extinción de contratos, hasta aspectos clave como la planificación estratégica, gestión de clubes, compra - venta de entidades, derechos de TV y expansión internacional. Gracias a este enfoque, los egresados estarán preparados para liderar organizaciones deportivas con una visión innovadora y global.



“

Desarrollarás estrategias innovadoras de marketing deportivo, incluyendo la creación de campañas de promoción y el manejo de redes sociales”

Módulo 1. Introducción al derecho y la gestión del deporte

- 1.1. El entorno deportivo
 - 1.1.1. Antecedentes históricos del derecho deportivo
- 1.2. Normativa deportiva estatal
 - 1.2.1. Licencia deportiva
 - 1.2.2. Régimen disciplinario deportivo. Especial referencia a la lucha contra el dopaje
- 1.3. Normativa deportiva autonómica
- 1.4. Normativa relacionada con las instalaciones deportivas
- 1.5. Introducción a la gestión deportiva y formas de gestión deportiva en España
- 1.6. Gestión y aspectos jurídicos derivados de la organización de eventos deportivos: responsabilidad civil y penal
- 1.7. Retransmisión de eventos deportivos. Aspectos jurídicos
- 1.8. Contratos deportivos: esquema de la estructura contractual deportiva
- 1.9. Intermediación deportiva
- 1.10. La gobernanza en las Entidades Deportivas

Módulo 2. Estructura organizativa del deporte nacional e internacional

- 2.1. Clubes deportivos y sociedades anónimas deportivas
- 2.2. Federaciones
- 2.3. Ligas
- 2.4. Consejo superior de deportes
- 2.5. Comité Olímpico y Paraolímpico Español
- 2.6. Organización internacional del deporte
- 2.7. El deporte en la Unión Europea
- 2.8. Otras organizaciones al margen de la pirámide federativa: ejemplos en baloncesto y pádel
- 2.9. Fórmulas de resolución de conflictos en el ámbito nacional
- 2.10. Fórmulas de resolución de conflictos en el ámbito internacional

Módulo 3. Relaciones laborales en el deporte

- 3.1. Marco jurídico del deporte profesional
- 3.2. Deportistas profesionales
- 3.3. Entrenadores
- 3.4. Árbitros y jueces deportivos
- 3.5. El contrato de trabajo de los deportistas
- 3.6. Derechos y deberes
- 3.7. Convenios colectivos
- 3.8. Cesiones temporales y transferencias
- 3.9. Extinción del contrato
- 3.10. Seguridad social

Módulo 4. Planificación estratégica en las organizaciones deportivas

- 4.1. Introducción a la planificación y análisis estratégico en el deporte profesional
- 4.2. Compra-venta de entidades deportivas
- 4.3. Gestión de clubes de fútbol
- 4.4. Estructura y planificación deportiva
- 4.5. Desarrollo de negocio y explotación de estadios
- 4.6. Desarrollo de marca y derechos comerciales
- 4.7. Derechos de TV
- 4.8. Internacionalización de las entidades deportivas
- 4.9. Holding empresarial y fondos de inversión
- 4.10. Modelos prácticos de negocio

Módulo 5. Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte

- 5.1. Introducción a las finanzas en el deporte
- 5.2. Interpretación de informes financieros
- 5.3. El PGC de las entidades deportivas. Estructura del balance
- 5.4. Los activos intangibles y su valoración
- 5.5. Estructura de la cuenta de resultados
- 5.6. Elaboración y control de presupuestos. Fuentes de ingresos y regulación
- 5.7. Mecanismos de inversión y financiación en el deporte. Esponsorización, mecenazgo y otras figuras
- 5.8. Valoración de proyectos de inversión. Elaboración y posible estructura de un plan de viabilidad
- 5.9. Una aproximación a la planificación fiscal y patrimonial del deportista
- 5.10. Una aproximación a la fiscalidad de las entidades deportivas

Módulo 6. Jurisdicción deportiva

- 6.1. Introducción a la llamada jurisdicción deportiva
- 6.2. Fuentes de la jurisdicción deportiva en España
- 6.3. Órganos con jurisdicción deportiva en España
- 6.4. Procedimientos para el ejercicio de la jurisdicción deportiva en España
- 6.5. Medidas cautelares y recursos en la jurisdicción deportiva en España
- 6.6. La violencia en el deporte en España
- 6.7. La integridad en el deporte en España
- 6.8. La corrupción en el deporte en España
- 6.9. El dopaje en el deporte en España
- 6.10. Las lacras del deporte en el ámbito internacional: dopaje, amaños y apuestas

Módulo 7. Marketing y comunicación en deporte

- 7.1. Introducción al marketing deportivo
- 7.2. El plan de marketing
- 7.3. Branding y desarrollo de marca
- 7.4. Patrocinio deportivo
- 7.5. *Ambush* marketing
- 7.6. Comunicación en el deporte
- 7.7. Marketing digital y el deporte
- 7.8. Especialidad en deporte femenino
- 7.9. Marketing deportivo y otras áreas
- 7.10. Tendencias del marketing deportivo

Módulo 8. Organización de eventos deportivos

- 8.1. Introducción a eventos deportivos
- 8.2. Origen e historia de los eventos deportivos
- 8.3. Gestión de eventos deportivos
- 8.4. Planificación como factor de éxito
- 8.5. Plan general del evento deportivo
- 8.6. Formas de ingresos
- 8.7. Patrocinios
- 8.8. Comunicación
- 8.9. Turismo deportivo y promoción local
- 8.10. Casos de éxito de eventos deportivos

Módulo 9. Nuevas tendencias en el deporte: *Big Data* & e - Sports

- 9.1. introducción al uso del *Big Data* en el deporte. Vínculos y escenarios actuales
- 9.2. Metodología del análisis de datos. Fases y estrategias
- 9.3. Proveedores y fuentes de datos abiertas
- 9.4. Proveedores y fuentes de datos de pago
- 9.5. Informes e infografía: importancia vital de la muestra
- 9.6. Herramientas de tratamiento de datos
- 9.7. Comunicación aplicada al *Big Data*. En busca de la excelencia del material y de su muestra
- 9.8. Introducción a los deportes electrónicos
- 9.9. Gestión de los e - Sports
- 9.10. Aspectos legales y regulatorios de los deportes electrónicos

Módulo 10. Liderazgo y gestión de personas en el deporte

- 10.1. Estilos de liderazgo
- 10.2. Habilidades directivas
- 10.3. Emprendimiento
- 10.4. RRHH y gestión del talento
- 10.5. Dirección de equipos
- 10.6. *Coaching* aplicado al deporte
- 10.7. Negociación
- 10.8. Resolución de conflictos
- 10.9. Habilidades comunicativas
- 10.10. Gestión de la presión

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

- 11.1. Globalización y Gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.2.3. Gestión de la Diversidad
- 11.3. Ética empresarial
 - 11.3.1. Ética y Moral
 - 11.3.2. Ética Empresarial
 - 11.3.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.4. Sostenibilidad
 - 11.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.4.2. Agenda 2030
 - 11.4.3. Las empresas sostenibles
- 11.5. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.5.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
 - 11.5.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.5.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.6. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC

- 11.7. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.8. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.8.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.1.1. Análisis del potencial
 - 12.1.2. Política de retribución
 - 12.1.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.2. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.2.1. La gestión del rendimiento
 - 12.2.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.3. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 12.3.1. Modelos de gestión del talento estratégico
 - 12.3.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 12.3.3. Fidelización y retención
 - 12.3.4. Proactividad e innovación
- 12.4. Motivación
 - 12.4.1. La naturaleza de la motivación
 - 12.4.2. La teoría de las expectativas
 - 12.4.3. Teorías de las necesidades
 - 12.4.4. Motivación y compensación económica
- 12.5. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.5.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.5.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.6. Gestión del cambio
 - 12.6.1. Gestión del cambio
 - 12.6.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.6.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

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

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- 13.1. Entorno Económico
 - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 13.1.2. Instituciones financieras
 - 13.1.3. Mercados financieros
 - 13.1.4. Activos financieros
 - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad Directiva
 - 13.2.1. Conceptos básicos
 - 13.2.2. El Activo de la empresa
 - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 13.2.5. La Cuenta de Resultados
- 13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
 - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.4. Dirección Financiera
 - 13.4.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.4.2. El departamento financiero
 - 13.4.3. Excedentes de tesorería
 - 13.4.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.4.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

- 13.5. Planificación Financiera
 - 13.5.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.5.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.5.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.5.4. El cuadro *Cash Flow*
 - 13.5.5. El cuadro de circulante
- 13.6. Estrategia Financiera Corporativa
 - 13.6.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 13.6.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.7. Financiación Estratégica
 - 13.7.1. La autofinanciación
 - 13.7.2. Ampliación de fondos propios
 - 13.7.3. Recursos Híbridos
 - 13.7.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.8. Análisis y planificación financiera
 - 13.8.1. Análisis del Balance de Situación
 - 13.8.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
 - 13.8.3. Análisis de la Rentabilidad
- 13.9. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 13.9.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- 14.1. Dirección comercial
 - 14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
 - 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
 - 14.1.3. El rol de los directores comerciales
- 14.2. Gestión Estratégica del Marketing
 - 14.2.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 14.2.2. Concepto de planificación estratégica de Marketing
 - 14.2.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de Marketing
- 14.3. Gestión de campañas digitales
 - 14.3.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
 - 14.3.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
 - 14.3.3. Errores de las campañas de publicidad digital



- 14.4. Estrategia de ventas
 - 14.4.1. Estrategia de ventas
 - 14.4.2. Métodos de ventas
- 14.5. Comunicación Corporativa
 - 14.5.1. Concepto
 - 14.5.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 14.5.3. Tipos de comunicación en la organización
 - 14.5.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 14.5.5. Elementos de la comunicación
 - 14.5.6. Problemas de la comunicación
 - 14.5.7. Escenarios de la comunicación
- 14.6. Comunicación y reputación digital
 - 14.6.1. Reputación online
 - 14.6.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
 - 14.6.3. Herramientas de reputación online
 - 14.6.4. Informe de reputación online
 - 14.6.5. *Branding* online

Módulo 15. *Management* Directivo

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

- 15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 15.5.1. La comunicación interpersonal
 - 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 15.5.3. La comunicación en la organización
 - 15.5.4. Herramientas en la organización
- 15.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 15.6.1. Crisis
 - 15.6.2. Fases de la crisis
 - 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 15.7. Preparación de un plan de crisis
 - 15.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 15.7.2. Planificación
 - 15.7.3. Adecuación del personal
- 15.8. Inteligencia emocional
 - 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.9. *Branding* Personal
 - 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 15.9.2. Leyes del branding personal
 - 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales



Estarás altamente preparado para gestionar eventos deportivos, desde la planificación, hasta la ejecución”

04

Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH está diseñado para proporcionar a los profesionales del deporte las herramientas necesarias para gestionar y optimizar entidades deportivas en un entorno global. Para ello, la titulación universitaria abarcará desde la planificación estratégica y la gestión financiera, hasta la dirección de eventos y marketing, capacitando a los alumnos para liderar proyectos en el sector deportivo. A partir de esto, los egresados desarrollarán competencias en gestión organizacional, administración de recursos y toma de decisiones estratégicas en el ámbito deportivo.



“

Fomentarás la integración de la responsabilidad social y la sostenibilidad en las Entidades Deportivas, impulsando el desarrollo de proyectos que contribuyan positivamente a la comunidad”



Objetivos generales

- ♦ Comprender el marco legal y organizativo que regula la actividad deportiva a nivel nacional e internacional
- ♦ Analizar las estructuras de gestión y gobernanza de entidades deportivas públicas y privadas
- ♦ Diseñar planes estratégicos orientados a la sostenibilidad y crecimiento de organizaciones deportivas
- ♦ Aplicar herramientas de marketing y comunicación adaptadas al entorno deportivo
- ♦ Evaluar el impacto financiero y tributario de las decisiones en la gestión deportiva
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo y dirección de equipos en el ámbito deportivo
- ♦ Planificar y organizar eventos deportivos con criterios de eficiencia y rentabilidad
- ♦ Gestionar los recursos humanos en entidades deportivas desde una perspectiva estratégica
- ♦ Implementar políticas de responsabilidad social y ética empresarial en el deporte
- ♦ Utilizar tecnologías emergentes como el Big Data y los eSports para innovar en la gestión deportiva
- ♦ Identificar oportunidades de internacionalización y expansión de entidades deportivas
- ♦ Resolver conflictos jurídicos y laborales dentro del marco de la normativa deportiva vigente





Objetivos específicos

Módulo 1. Introducción al derecho y la gestión del deporte

- ♦ Comprender la normativa jurídica aplicada al deporte a nivel estatal e internacional, incluyendo licencias, régimen disciplinario y responsabilidad legal
- ♦ Estudiar los contratos deportivos, su estructura y las implicaciones legales en la intermediación y retransmisión de eventos deportivos

Módulo 2. Estructura organizativa del deporte nacional e internacional

- ♦ Identificar las principales entidades que regulan el deporte, desde clubes y federaciones hasta organismos como el Comité Olímpico y la FIFA
- ♦ Analizar las fórmulas de resolución de conflictos en el ámbito deportivo, tanto a nivel nacional como internacional

Módulo 3. Relaciones laborales en el deporte

- ♦ Examinar los derechos y deberes de los deportistas profesionales, entrenadores y árbitros dentro del marco laboral deportivo
- ♦ Comprender la estructura de los convenios colectivos y su impacto en la negociación de contratos y condiciones laborales

Módulo 4. Planificación estratégica en las organizaciones deportivas

- ♦ Desarrollar estrategias de planificación y gestión en clubes y federaciones deportivas, optimizando recursos y objetivos institucionales
- ♦ Implementar estrategias de internacionalización para la expansión global de entidades deportivas y marcas

Módulo 5. Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte

- ♦ Comprender la estructura financiera de entidades deportivas, desde la elaboración de presupuestos hasta la valoración de activos intangibles
- ♦ Analizar la fiscalidad aplicada a deportistas y entidades deportivas, incluyendo planificación patrimonial y tributación de ingresos

Módulo 6. Jurisdicción deportiva

- ♦ Identificar los organismos que ejercen la jurisdicción deportiva y sus competencias en la regulación de conflictos
- ♦ Evaluar los mecanismos de sanción y arbitraje en el deporte, incluyendo el Tribunal de Arbitraje Deportivo

Módulo 7. Marketing y comunicación en deporte

- ♦ Diseñar planes de marketing deportivo que potencien la imagen de clubes, federaciones y eventos deportivos
- ♦ Evaluar estrategias de patrocinio y desarrollo de marca en el deporte, optimizando la relación con patrocinadores y medios de comunicación

Módulo 8. Organización de eventos deportivos

- ♦ Planificar y gestionar eventos deportivos de distintas escalas, desde competiciones locales hasta torneos internacionales
- ♦ Comprender la importancia del turismo deportivo y su impacto en el desarrollo económico y social

Módulo 9. Nuevas tendencias en el deporte: Big Data & e - Sports

- ♦ Analizar el impacto de las nuevas tecnologías en el deporte, incluyendo el uso del Big Data en la toma de decisiones estratégicas
- ♦ Evaluar la creciente industria de los eSports y su integración en la gestión deportiva tradicional

Módulo 10. Liderazgo y gestión de personas en el deporte

- ♦ Implementar estrategias de motivación y *coaching* para mejorar el rendimiento y la cohesión de equipos deportivos
- ♦ Evaluar modelos de gestión de recursos humanos aplicados al sector deportivo

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

- ♦ Comprender la importancia del gobierno corporativo en las entidades deportivas y su impacto en la transparencia y sostenibilidad
- ♦ Evaluar la responsabilidad social empresarial en el deporte y su contribución a la comunidad

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- ♦ Evaluar los sistemas de gestión del rendimiento y desarrollo de carrera de deportistas y profesionales del sector
- ♦ Analizar modelos de gestión de equipos de alto desempeño aplicados al deporte

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- ♦ Comprender el impacto del entorno económico en la gestión financiera de entidades deportivas
- ♦ Analizar los mercados financieros y su influencia en la sostenibilidad económica de los clubes deportivos



Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- ♦ Diseñar estrategias de ventas y gestión comercial en la industria deportiva
- ♦ Evaluar el impacto de la comunicación corporativa en la reputación de entidades deportivas

Módulo 15. Management Directivo

- ♦ Comprender las funciones del *General Manager* en clubes y organizaciones deportivas
- ♦ Aplicar herramientas de comunicación y negociación para la resolución de conflictos en la industria deportiva

“

Sabrás cómo gestionar la comunicación y la imagen de las instituciones, maximizando la exposición de las marcas deportivas en diferentes canales”

05

Salidas profesionales

Este programa universitario ofrecerá una oportunidad única para profesionales del deporte que desean perfeccionar sus competencias y dominar las estrategias clave en la gestión de entidades deportivas. A través de este aprendizaje avanzado, los egresados podrán acceder a nuevas oportunidades laborales y asumir roles de liderazgo en el sector. De esta forma, los expertos serán capaces de implementar soluciones innovadoras para mejorar la eficiencia operativa, optimizar la gestión financiera y fortalecer la presencia de la entidad en el mercado.



“

*Aplicarás herramientas
de Gestión Deportiva y
desempeñarás un rol clave
en la dirección estratégica de
organizaciones del sector”*

Perfil del egresado

El egresado de este programa será un profesional preparado para gestionar y dirigir entidades deportivas con un enfoque estratégico e innovador. A su vez, tendrá habilidades para diseñar, implementar y evaluar planes de negocio, optimizar la gestión financiera y potenciar la comercialización de marcas deportivas. Además, estará capacitado para abordar desafíos legales, liderar equipos y fomentar el desarrollo de proyectos en el ámbito deportivo. En definitiva, este experto estará listo para destacarse en roles de alta dirección, gestión de clubes y federaciones, consultoría deportiva y desarrollo de estrategias de expansión internacional.

¿Buscas desempeñarte como Director de Entidades Deportivas? Esta titulación universitaria te dará las claves para lograrlo.

- ♦ **Adaptación tecnológica en la gestión deportiva:** incorporar tecnologías avanzadas en la administración de Entidades Deportivas, optimizando la eficiencia operativa y la toma de decisiones estratégica
- ♦ **Resolución de problemas en la gestión deportiva:** utilizar el pensamiento crítico en la identificación y resolución de desafíos organizacionales, implementando estrategias innovadoras que mejoren el rendimiento y la sostenibilidad de las Entidades Deportivas
- ♦ **Compromiso ético y regulación en el deporte:** aplicar principios éticos y normativas legales, garantizando el cumplimiento de regulaciones laborales, fiscales y de gobernanza en el sector deportivo
- ♦ **Colaboración interdisciplinaria:** trabajar de manera efectiva con directivos, entrenadores, patrocinadores y otros actores clave, facilitando la integración de estrategias de desarrollo y crecimiento sostenible en el ámbito deportivo





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

- 1. Director de entidades deportivas:** encargado de la gestión y planificación estratégica de clubes, federaciones y ligas.
- 2. Gestor de talento y relaciones laborales en el deporte:** responsable de contratos, cesiones y seguridad social de deportistas.
- 3. Consultor en planificación estratégica deportiva:** asesor de entidades en toma de decisiones y optimización de recursos.
- 4. Director de marketing y desarrollo de marca en el deporte:** encargado de patrocinios, comercialización y posicionamiento de clubes.
- 5. Gerente financiero en organizaciones deportivas:** responsable de la planificación presupuestaria y estrategias de sostenibilidad económica.
- 6. Coordinador de expansión e internacionalización deportiva:** encargado de desarrollar proyectos para el crecimiento global de entidades.
- 7. Gestor de eventos deportivos:** organizador de competiciones, torneos y actividades para el fortalecimiento del sector.
- 8. Director de derechos de TV y comercialización de contenidos deportivos:** encargado de la negociación y distribución de transmisiones deportivas.
- 9. Administrador de estadios y recintos deportivos:** responsable de la optimización y rentabilización de instalaciones deportivas.

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

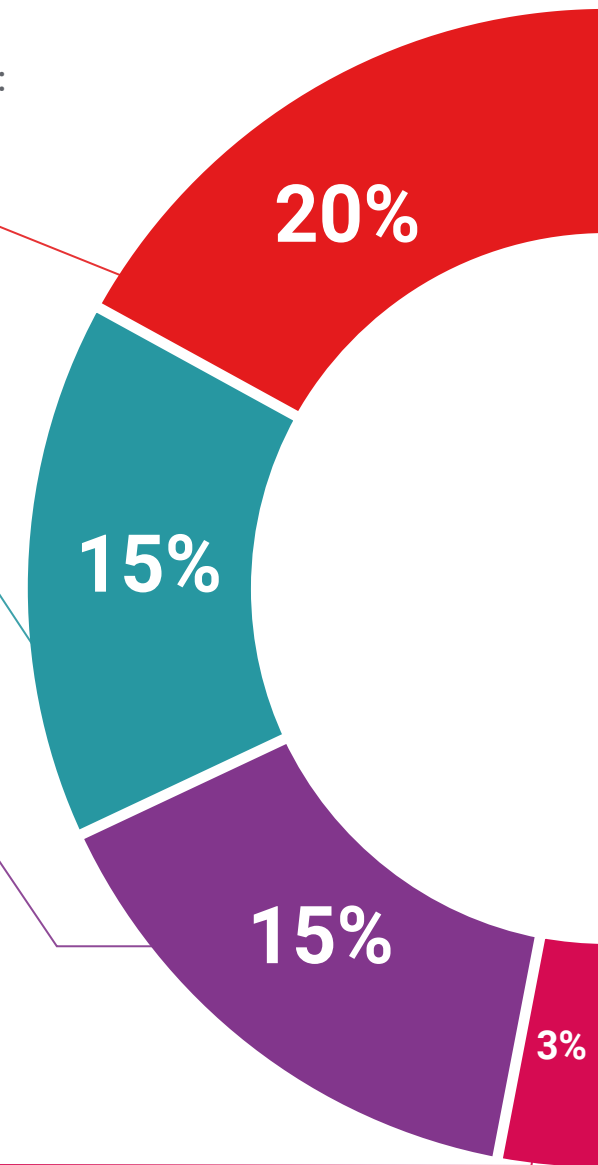
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

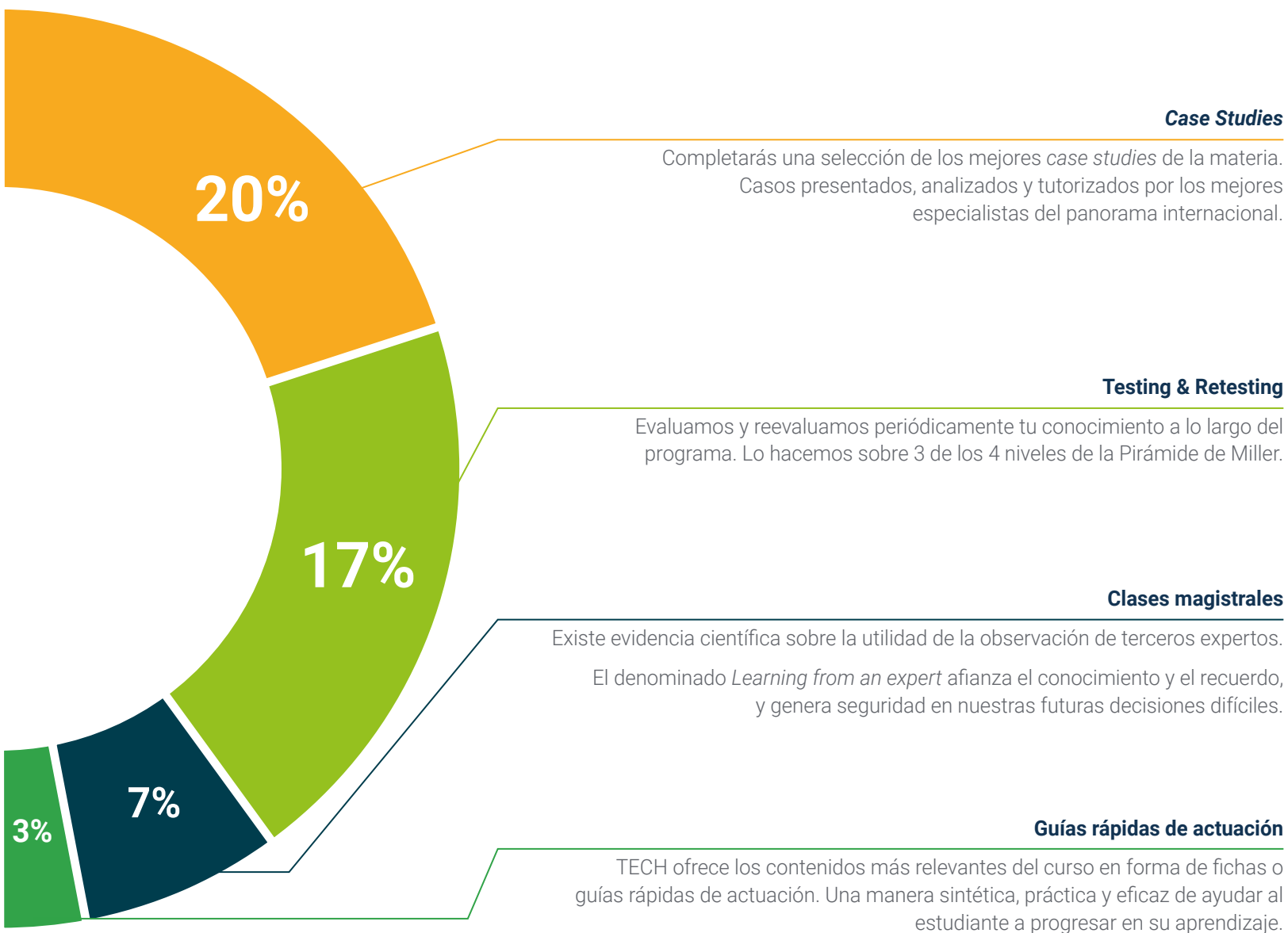
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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

Uno de los principales valores añadidos de este programa es, sin duda, la excelencia de su cuadro docente. Compuesto por profesionales en activo con una dilatada trayectoria en el ámbito de la gestión deportiva, este equipo académico aportará una visión real y actualizada del sector, lo que permitirá a los egresados adquirir competencias alineadas con las exigencias del mercado. Además, el claustro está integrado por directores de clubes de primer nivel, responsables de marketing deportivo, asesores jurídicos especializados en derecho deportivo, y expertos en innovación y transformación digital aplicada al deporte.





“

Un experimentado grupo docente especializado en Dirección de Entidades Deportivas te guiará durante todo el proceso de aprendizaje, resolviendo las dudas que puedan surgirte”

Director Invitado Internacional

Brad Burlingame es un destacado profesional con una carrera consolidada en el ámbito del **deporte**, donde ha dejado una marca significativa a nivel internacional. Con más de 15 años de experiencia en la **gestión de asociaciones corporativas**, ha demostrado ser un líder excepcional en la **generación de ingresos** a través de estrategias innovadoras y la creación de **alianzas estratégicas**.

De este modo, se ha desempeñado como **Director de Ventas de Patrocinios** en el **Dallas Cowboys Football Club**, una de las organizaciones deportivas más prestigiosas del mundo. Aquí, durante su trayectoria, ha liderado equipos dedicados a superar los **objetivos financieros**, estableciendo al club como líder indiscutible en **ingresos por patrocinadores** en la **National Football League (NFL)**. De hecho, su habilidad para aprovechar al máximo los derechos de **propiedad intelectual**, la amplia red de **televisión y radio** del equipo, así como las **plataformas digitales y sociales**, ha sido fundamental para mantener la posición de vanguardia del club en el mercado.

Asimismo, ha sido **Gerente de Alianzas Corporativas** en el equipo de baloncesto **Miami Heat**, así como **Gerente de Ventas** en **Palace Sports & Entertainment**, acumulando una amplia experiencia en la industria del **deporte profesional**. En este sentido, su capacidad para desarrollar ideas innovadoras que impulsen el **negocio de los patrocinadores**, así como su enfoque en el **liderazgo de equipos** orientados a resultados, lo han posicionado como una figura clave en el ámbito de las **ventas deportivas** a nivel global.



D. Burlingame, Brad

- Director de Ventas en el Dallas Cowboys Football Club, Texas, Estados Unidos
- Gerente de Alianzas Corporativas en Miami Heat, Florida
- Gerente de Ventas en Palace Sports & Entertainment, Michigan
- Licenciado en Marketing y Negocios por la Universidad de Eastern Michigan

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al análisis de **Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminate para **insights** de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios Másteres y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



D. Gram, Mick

- Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- Analista Jefe en Nordea
- Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhagen
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhagen

“

¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



Dña. Bellver Alonso, Reyes

- ♦ Asesora del Departamento de Fútbol Profesional de la FIFA
- ♦ Patrona de la Fundación para la Diversidad
- ♦ Abogada de Derecho Deportivo y Socia Fundadora en Bellver Sports–Legal Boutique
- ♦ Fundadora y Presidenta de la plataforma Leadership Woman Football
- ♦ Socia Fundadora y Presidenta de la Asociación de Derecho Deportivo de Madrid
- ♦ Coordinadora de la Asociación Internacional WISLaw–Women in Sports Law. España
- ♦ Vocal y Socia Fundadora de la Asociación Española para la Calidad Ética en el Deporte
- ♦ Máster en International Relations por la Universidad CEU San Pablo. Madrid
- ♦ Máster en Fiscalidad Empresarial por ICADE
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida
- ♦ Licenciada en Derecho con Especialidad en la Unión Europea por la Universidad CEU San Pablo. Madrid
- ♦ Premio Miki Roqué Paz a través del Deporte por su labor asociativa, formación y de mejora del Sector Deportivo, especialmente en cuestiones de género y defensa de la mujer en el deporte
- ♦ Certificada por la FIFA a través de su Programa sobre Liderazgo Femenino en el Fútbol (FIFA Female Leadership Development Programme)
- ♦ Incluida en el prestigioso listado internacional Who's Who Legal (WWL: Sports & Entertainment), como una de las Abogadas de referencia en el Sector del Derecho Deportivo

Profesores

D. Barras García, Pedro J.

- ♦ Especialista en Derecho Deportivo
- ♦ Asesor Fiscal Senior en Consultores Sayma Madrid
- ♦ Coordinador de Campañas de Promoción de Ajedrez con el Patronato Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Valladolid
- ♦ Monitor Nacional FEDA de Ajedrez y Monitor Autonómico de Fútbol Sala
- ♦ Autor de diversas publicaciones especializadas en tributación y contabilidad
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valladolid
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida

Dña. Díaz Marí, Montserrat

- ♦ Abogada especialista en Derecho Deportivo
- ♦ Abogada en Asesoría jurídico-deportiva DíazMarí
- ♦ Vicesecretaria de la Asociación Española de Derecho Deportivo (AEDD)
- ♦ Vocal de la Asociación Alumni del Máster Oficial en Derecho Deportivo (SLA)
- ♦ Abogada en Samsung Electronics Iberia
- ♦ Colaboradora del Comité Olímpico Español
- ♦ Entrenadora de baloncesto de nivel 2 en la FBPA
- ♦ Grado en Derecho por la Universidad de Ovied
- ♦ Máster en Mercados e Industria del Derecho del Deporte y del Entretenimiento por ISDE - Madrid
- ♦ Máster Oficial en Derecho Deportivo por INEFC-Lérida
- ♦ Máster Acceso a la Abogacía y Derecho de los Negocios por la Universidad San Pablo CEU – Madrid
- ♦ Título propio en Derecho Deportivo por la Universidad San Pablo CEU – Madrid

D. Novo San Miguel, Andrés

- ♦ Especialista en la Gestión de Eventos Deportivos
- ♦ Responsable de Marketing Institucional y Eventos en Diario AS
- ♦ Responsable de Estrategia y Desarrollo de Producto en RPM Sports
- ♦ Responsable de Producción de Eventos en Innevento Sports
- ♦ Licenciado en Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco
- ♦ Diplomado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad del País Vasco

Dr. Valiño Arcos, Alejandro

- ♦ Experto en Derecho Deportivo
- ♦ Catedrático en la Facultad de Derecho de la Universidad de Valencia
- ♦ Presidente del Tribunal del Deporte de la Comunidad Valenciana
- ♦ Presidente del Comité de Competición de la Federación de Tenis de la Comunidad Valenciana
- ♦ Director Deportivo del Sporting Club de Tenis
- ♦ Magistrado Suplente de la Audiencia Provincial de Valencia con más de un centenar de Resoluciones como Ponente
- ♦ Doctor en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Autor de libros, artículos y recensiones en materia jurídica sobre Derecho romano, Historia Antigua, Historia y actualidad del Derecho foral valenciano, Derecho civil español, Derecho Deportivo, Derecho comparado y Derecho privado europeo

D. González Graña, Carlos

- Jurista Especializado en Derecho Deportivo
- Socio y CEO de BHI Negocios e Inversiones
- Director de BHI Sport & Investment SUMMIT
- Fundador y CEO de Callander Sport & Business
- Director Comercial del área deportiva en *Riskmedia Insurance Brokers*
- Asesor jurídico en Sport Internacional S.L.
- Licenciado en Derecho por la Universidad de La Coruña

Dña. Esperidião Hasenclever, Mônica

- Especialista en Marketing y Gestión Deportiva
- Key Account & Women's Football Manager en World Football Summit
- Chief Marketing Officer y Directora de la LWF Academy
- Cofundadora y CEO en Women Experience Sports
- Directora Ejecutiva en LVN Sport
- Jefa de Marketing Deportivo y Patrocinios en Telefónica Vivo
- Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad Presbiteriana Mackenzie
- Máster en Marketing Deportivo por la Escuela Universitaria Real Madrid de la Universidad Europea
- Postgrado en Gestión Deportiva por la Universidad Anhembi Morumbi





D. Carmona Ramos, Sara

- ♦ Redactora Jefa de Datos en Relevó
- ♦ Presentadora de la sección de Análisis y Big Data del programa “El Día Después” en Movistar Plus
- ♦ Directora Académica en la Universidad Católica San Antonio de Murcia
- ♦ Cobertura deportiva de encuentros de La Liga para el grupo Atresmedia
- ♦ Presentadora de la sección en directo de Estadística Deportiva y Big Data en “Deportes Valladolid” en Castilla y León TV
- ♦ Graduada en Periodismo en la Universidad de Valladolid
- ♦ Experta en Análisis Deportivos de Datos y Big Data por la Universidad de Valladolid

Dña. Pascual, Mónica

- ♦ Directora General de *Making Talent Happen* para programas de Alto Rendimiento
- ♦ Asesora en Swissport Handling Madrid UTE
- ♦ Directora de Proyectos en Inpropack
- ♦ Columnista del blog Mentalidad Imparable en Diario AS
- ♦ Columnista deportiva en El País, RTVE, La Liga Sports TV, Men's Health, Palco 23, La Razón, entre otros
- ♦ Máster en Derecho internacional de Patentes en la Escuela de Organización industrial
- ♦ Experta Universitaria en Mediación por el Instituto Superior de Derecho y Economía

08 Titulación

El MBA en Dirección de Entidades Deportivas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.



“

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

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

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

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

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

Aval/Membresía



Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Entidades Deportivas**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



Distribución General del Plan de Estudios		Curso		Materia		ECTS	Carácter
Tipo de materia	Créditos ECTS	1*	Introducción al derecho y la gestión del deporte	6	OB		
Obligatoria (OB)	90	1*	Estructura organizativa del deporte nacional e internacional	6	OB		
Optativa (OP)	0	1*	Relaciones laborales en el deporte	6	OB		
Prácticas Externas (PE)	0	1*	Planificación estratégica en las organizaciones deportivas	6	OB		
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0	1*	Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte	6	OB		
		1*	Justificación deportiva	6	OB		
		1*	Marketing y comunicación en deporte	6	OB		
		1*	Organización de eventos deportivos	6	OB		
		1*	Nuevas tendencias en el deporte (Big Data & e-Sports)	6	OB		
		1*	Liderazgo y gestión de personas en el deporte	6	OB		
		1*	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	6	OB		
		1*	Dirección de Personas y Gestión del Talento	6	OB		
		1*	Dirección Económica y Financiera	6	OB		
		1*	Dirección Comercial y Marketing Estratégico	6	OB		
		1*	Management Directivo	6	OB		



Máster Título Propio MBA en Dirección de Entidades Deportivas

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Entidades Deportivas

Aval/Membresía



tech global
university