

Máster Título Propio

MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

TECH es miembro de:



tech
universidad



Máster Título Propio MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-transformacion-digital-cdo-chief-digital-officer

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. 26

05

Salidas profesionales

pág. 30

06

Metodología de estudio

pág. 34

07

Cuadro docente

pág. 44

08

Titulación

pág. 64

01

Presentación del programa

El *Chief Digital Officer* es clave en la Transformación Digital, integrando tecnología e innovación para optimizar procesos, mejorar la competitividad y generar nuevas oportunidades. Su rol va más allá de la implementación tecnológica, ya que lidera la estrategia digital, impulsa la innovación y gestiona el cambio organizacional. Además, juega un papel fundamental en la ciberseguridad y el cumplimiento normativo. Para responder a la creciente demanda de estos profesionales, TECH ha diseñado un programa altamente actualizado. Con el innovador método *Relearning*, el aprendizaje se adapta al ritmo del alumno, garantizando una oportunidad única, práctica y efectiva en uno de los sectores más estratégicos del entorno empresarial actual.



“

Gracias a este MBA totalmente online, diseñarás estrategias digitales basadas en un análisis tecnológico, optimizando procesos y fortaleciendo la competitividad empresarial”

En el contexto actual, esta disciplina no solo impulsa la adopción tecnológica, sino que también debe alinear la Transformación Digital con los objetivos estratégicos de la empresa. Un desafío crucial es la hiper personalización de productos y servicios mediante el análisis predictivo, lo que exige una integración efectiva entre marketing, experiencia del cliente y desarrollo de negocio.

Otro aspecto clave es la sostenibilidad digital, donde el CDO debe garantizar que la transformación tecnológica que minimice el impacto ambiental, optimizando el consumo energético en centros de datos y promoviendo el desarrollo de soluciones más eficientes. Además, la creciente preocupación por la privacidad y la seguridad de los datos obliga a establecer protocolos avanzados de ciberseguridad ya cumplir con regulaciones cada vez más estrictas. En este sentido, el CDO debe encontrar un equilibrio entre innovación y cumplimiento normativo, asegurando que las estrategias digitales sean ágiles sin comprometer la protección de la información.

Por otro lado, la demanda de profesionales con habilidades en inteligencia artificial, automatización y análisis de datos supera la oferta disponible. Esto obliga a las organizaciones a buscar constantemente expertos altamente capacitados que cuente con las habilidades necesarias para moverse por todas las áreas que implementa esta disciplina. Este programa profundiza precisamente en todas las competencias que debe desarrollar el CDO para tener una trayectoria exitosa, con una metodología didáctica que se adapta al aprendizaje del alumno.

Este programa tiene una de las mejores ventajas y es que se imparte con una metodología 100% online, lo que permite a los profesionales compaginar esta oportunidad académica con sus responsabilidades laborales y personales. Además, el contenido está disponible las 24 horas del día, accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet. A su vez, los alumnos cuentan con el acompañamiento de un cuadro docente lleno de expertos y profesionales altamente capacitados.

En adición, unos prestigiosos Directores Invitados Internacionales impartirán unas intensivas *Masterclasses*.

Este **MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)
- ♦ 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 Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)
- ♦ 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 brindarán unas exclusivas Masterclasses para ahondar en las estrategias más innovadoras para realizar la Transformación Digital”

“

Mediante la disruptiva metodología Relearning de TECH, afianzarás todos los conocimientos de forma eficiente para alcanzar los resultados que buscas”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer), 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.

Desarrollarás habilidades para analizar datos económicos a gran escala y extraer información clave para decisiones estratégicas.

Dispondrás de una biblioteca llena de recursos didácticos las 24 horas del día y con un material que destaca por su calidad.



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.

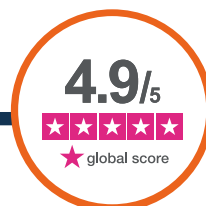
Líderes en empleabilidad

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

Este programa universitario ofrece un plan de estudios integral que combina estrategia, tecnología y liderazgo. Inicia con el análisis del entorno digital y su impacto en las empresas, seguido de la Transformación Digital 360°, incluyendo IoT, BPM y optimización de procesos. También abarca marketing digital, comportamiento del consumidor y aspectos jurídicos. Finalmente, desarrolla habilidades en liderazgo, gestión del talento y dirección financiera, especializando profesionales capaces de impulsar la innovación y la competitividad en la era digital.



“

*Desarrollarás habilidades en liderazgo,
gestión del talento y dirección financiera
para impulsar el éxito empresarial”*

Módulo 1. El entorno digital en los procesos

- 1.1. El mundo digital
 - 1.1.1. Tendencias y oportunidades
 - 1.1.2. Transformación Digital: opción o necesidad
 - 1.1.3. El impacto de la era digital en los clientes
- 1.2. Impacto de la Transformación Digital
 - 1.2.1. En comunicación interna y externa
 - 1.2.2. En canales de ventas y cliente
 - 1.2.3. Nuevos modelos de negocio
- 1.3. Gestión por procesos
 - 1.3.1. Procesos
 - 1.3.2. Proceso y ciclo de Deming
 - 1.3.3. Mapas de procesos
 - 1.3.3.1. Estratégicos de dirección
 - 1.3.3.2. Operativos o de la cadena de valor
 - 1.3.3.3. Soporte o apoyo
- 1.4. Optimización en la gestión por procesos
 - 1.4.1. El enfoque basado en procesos
 - 1.4.2. Fases de la mejora de procesos
 - 1.4.3. La mejora continua y la organización
- 1.5. Innovación en procesos
 - 1.5.1. *Design thinking*
 - 1.5.2. Enfoque Agile
 - 1.5.3. Lean Startup
- 1.6. Estrategia digital en la empresa
 - 1.6.1. Marketing digital y comercio electrónico
 - 1.6.2. Integrando el marketing tradicional y digital
 - 1.6.3. Herramientas del marketing online
- 1.7. Entorno organizacional
 - 1.7.1. Gestión del cambio
 - 1.7.2. Estrategia de gestión del cambio
 - 1.7.3. Implementación del cambio organizacional

- 1.8. Análisis y gestión de datos
 - 1.8.1. Historia, evolución y tendencias de la analítica web
 - 1.8.2. La importancia de la analítica de datos
 - 1.8.3. *Big Data* y la inteligencia empresarial
 - 1.8.3.1. *Big Data*
 - 1.8.3.2. *Business Intelligence* (BI)
- 1.9. Innovación y tecnología
 - 1.9.1. Empresas innovadoras
 - 1.9.2. Factores de competitividad. Creatividad e Innovación
 - 1.9.3. Innovación y gerencia de procesos
- 1.10. Aplicaciones de uso y casos de éxito
 - 1.10.1. Camino de la Transformación Digital
 - 1.10.2. Proyectando la Transformación Digital
 - 1.10.3. Como triunfar en la Transformación Digital

Módulo 2. La Transformación Digital en la empresa

- 2.1. Transformación Digital y empresarial
 - 2.1.1. Digitalización vs. Transformación Digital
 - 2.1.2. *Social Business*: plataformas, procesos y personas
 - 2.1.3. Modelos organizativos
- 2.2. *Smart company* o empresa 4.0.
 - 2.2.1. Diferencia entre *smart company*, *digital company* y *tradicional company*
 - 2.2.2. Claves de la gestión en empresas nativas digitales
 - 2.2.3. Diseño, fabricación, logística y distribución de la Empresa 4.0.
- 2.3. Transformación Digital
 - 2.3.1. Retos de la Transformación Digital
 - 2.3.2. Ventajas de la Transformación Digital
 - 2.3.3. Barreras de la Transformación Digital
- 2.4. Tipologías de Transformación Digital
 - 2.4.1. Transformación Digital por tipo de empresas
 - 2.4.2. Transformación Digital por modelo de negocio
 - 2.4.3. Transformación Digital por perfil de usuario

2.5. Perfiles que lideran la Transformación Digital por áreas

- 2.5.1. Tecnología
- 2.5.2. Marketing y Growth
- 2.5.3. Recursos humanos
- 2.5.4. Dirección

2.6. Planificación estratégica de TI/SI

- 2.6.1. El plan TI/SI
- 2.6.2. Estructura de un plan TI/SI
- 2.6.3. Fases de un plan TI/SI

2.7. Gestión de proyectos de sistemas de información

- 2.7.1. Requerimientos funcionales y no funcionales
- 2.7.2. Tipologías de sistemas de información
- 2.7.3. Modelo entidad-relación

2.8. Diferencias entre metodologías

- 2.8.1. Diferencias entre *Design Thinking*, *Lean Startup*, *Agile*, *Growth Hacking*
- 2.8.2. Profundizando en la metodología *Growth Hacking*
- 2.8.3. Otras metodologías: *Design Sprint*, *Kanban* y *Six Sigma*

2.9. Competencias digitales

- 2.9.1. Visión estratégica, comunicativa y ágil
- 2.9.2. Analítica de datos
- 2.9.3. Gestión de la creatividad
- 2.9.4. Seguridad

2.10. Consecuencias de la Transformación Digital

- 2.10.1. Digitalización de la sociedad
- 2.10.2. División digital
- 2.10.3. Trabajo flexible, trabajo por objetivos y teletrabajo

Módulo 3. La nueva era digital: *Internet of Things* (IoT)3.1. *Internet of things*

- 3.1.1. Análisis de *Internet of things*
- 3.1.2. Alcance y evolución
- 3.1.3. Implicaciones de la transformación para las compañías

3.2. *Big Data*

- 3.2.1. *Big Data* y *Small Data*
- 3.2.2. Las 4 V del *Big Data*
- 3.2.3. Analítica predictiva
- 3.2.4. Enfoque *Data Driven*

3.3. *Cloud Productivity*

- 3.3.1. Características
- 3.3.2. Modelos de implementación
- 3.3.3. Niveles o capas

3.4. Tecnología *blockchain*

- 3.4.1. *Blockchain*
- 3.4.2. Beneficios del *blockchain*
- 3.4.3. Aplicaciones del *blockchain* en el mundo empresarial

3.5. Inteligencia artificial (IA)

- 3.5.1. Inteligencia artificial
- 3.5.2. Tipos de inteligencia artificial
- 3.5.3. Aplicaciones de la inteligencia artificial
- 3.5.4. *Machine Learning* vs. Inteligencia artificial

3.6. La realidad extendida (RX)

- 3.6.1. Realidad extendida
- 3.6.2. Realidad virtual (VR)
- 3.6.3. Realidad aumentada (AR)
- 3.6.4. Realidad mixta (MR)

3.7. *Augmented humans* o *human 2.0*.

- 3.7.1. *Human enhancement technologies* (HET)
- 3.7.2. *Biohacking*
- 3.7.3. *Accelerated Learning*

3.8. Impresión 3D

- 3.8.1. Evolución y alcance de la impresión 3D
- 3.8.2. Tipos de impresión 3D
- 3.8.3. Aplicaciones de la impresión 3D

- 3.9. Servicios basados en la localización (LBS)
 - 3.9.1. Bluetooth Low Energy (BLE): Beacons
 - 3.9.2. Ubicación GPS
 - 3.9.3. Ubicación inalámbrica: Geofencing y geoetiquetado (RFID y NFC, códigos de barras, escáneres QR)
- 3.10. Tecnología 5G
 - 3.10.1. Conectividad
 - 3.10.2. Ventajas del 5G
 - 3.10.3. Aplicaciones

Módulo 4. La Transformación Digital como estrategia 360°

- 4.1. Estrategia 360°
 - 4.1.1. *Brand Awareness*
 - 4.1.2. *Content mapping* y *Customer Journey*
 - 4.1.3. Estrategia *Always On*
- 4.2. Rebranding
 - 4.2.1. Rebranding
 - 4.2.2. ¿Cuándo aplicar una estrategia de Rebranding?
 - 4.2.3. ¿Cómo aplicar una estrategia de Rebranding?
- 4.3. HR Marketing
 - 4.3.1. *Recruitment Marketing*
 - 4.3.2. Fases del HR Marketing
 - 4.3.3. Estrategia de comunicación: interna y externa
- 4.4. Marketing relacional
 - 4.4.1. Marketing Relacional
 - 4.4.2. *Inbound Marketing*
 - 4.4.3. Herramientas
- 4.5. Comunidades y ecosistemas de innovación
 - 4.5.1. Ecosistemas de innovación
 - 4.5.2. Tipos de perfiles
 - 4.5.3. Claves para tener una comunidad interna y externa

- 4.6. *Social Selling*
 - 4.6.1. *Social Selling*
 - 4.6.2. ¿Cómo aplicar una estrategia de *Social Selling*?
 - 4.6.3. Aplicaciones basadas en el *Social Selling*
- 4.7. Marketing experiencial
 - 4.7.1. Marketing Experiencial
 - 4.7.2. Objetivos en una campaña de Marketing Experiencial
 - 4.7.3. Uso de la tecnología en el Marketing Experiencial
- 4.8. *Branded content* y publicidad nativa
 - 4.8.1. *Branded content* y Debranding
 - 4.8.2. *Content Marketing* vs. *Brand journalism*
 - 4.8.3. Publicidad nativa
- 4.9. *Real Time Marketing*
 - 4.9.1. Real Time Marketing
 - 4.9.2. Preparación de una campaña de *Real Time Marketing*
 - 4.9.3. La personalización como concepto clave
 - 4.9.4. Responsabilidad social corporativa
- 4.10. Indicadores clave del rendimiento (KPIs) en la era digital
 - 4.10.1. Indicadores organizacionales
 - 4.10.2. Indicadores de innovación
 - 4.10.3. Indicadores de marketing

Módulo 5. Canales de marketing en la era digital

- 5.1. Redes sociales
 - 5.1.1. Relacionales
 - 5.1.2. De entretenimiento
 - 5.1.3. Profesionales
 - 5.1.4. De nicho
- 5.2. *Influencer Marketing*
 - 5.2.1. Clasificación de influencers
 - 5.2.2. Diseño de campañas con *influencers*
 - 5.2.3. Tipos de campañas con *influencers*

- 5.3. E-mail Marketing
 - 5.3.1. Objetivos del E-mail Marketing
 - 5.3.2. Factores clave del E-mail Marketing
 - 5.3.3. E-mail *automation*
- 5.4. Página Web y SEO
 - 5.4.1. Página Web
 - 5.4.2. SEO OnPage
 - 5.4.3. SEO Off Page
- 5.5. Aplicaciones móviles y ASO
 - 5.5.1. Tipos de aplicaciones
 - 5.5.2. Conceptos clave
 - 5.5.3. Posicionamiento ASO
- 5.6. Campañas pagadas
 - 5.6.1. Estrategia *Paid Media*
 - 5.6.2. Google ADS
 - 5.6.3. Facebook ADS
- 5.7. Marketing de afiliación
 - 5.7.1. Análisis del marketing de afiliación
 - 5.7.2. Tipos de marketing de afiliación
 - 5.7.3. Aspectos clave
- 5.8. Publicidad programática
 - 5.8.1. Publicidad programática
 - 5.8.2. Actores fundamentales
 - 5.8.3. Beneficios de la publicidad programática
 - 5.8.4. *Real time Bidding* (RTB)
- 5.9. Programas de fidelización
 - 5.9.1. Programa de fidelización
 - 5.9.2. Importancia de la gamificación
 - 5.9.3. Tipos de programas de fidelización
- 5.10. Co-Branding
 - 5.10.1. Campaña de cobranding
 - 5.10.2. Tipos de cobranding
 - 5.10.3. Cobranding vs. comarketing

Módulo 6. Nuevas conductas en la Transformación Digital de las empresas

- 6.1. Nuevas conductas adoptadas
 - 6.1.1. *Social distancing*
 - 6.1.2. *A-commerce*
 - 6.1.3. *Mentor to Protége* (M2P)
- 6.2. Tendencias en la comunicación
 - 6.2.1. Marketing inclusivo y social
 - 6.2.2. Ecología y proximidad
 - 6.2.3. Humanización
 - 6.2.4. Diferenciación
- 6.3. Evolución de los contenidos
 - 6.3.1. Evolución del *Fast Content*
 - 6.3.2. Contenido inmediato
 - 6.3.3. Del *storytelling* al *storydoing*
 - 6.3.4. El auge del contenido premium
- 6.4. La evolución de las búsquedas
 - 6.4.1. La intención de búsqueda
 - 6.4.2. *Voice Marketing*
 - 6.4.3. *Visual Search*
 - 6.4.4. Búsquedas interactivas
- 6.5. Avances de los soportes
 - 6.5.1. La publicidad digital OOH
 - 6.5.2. Televisión conectada y vídeo Over-the-top (OTT)
 - 6.5.3. Podcasting y audio online
 - 6.5.4. *Streaming*
- 6.6. *Customer Centric*
 - 6.6.1. *Customer Centric* vs. *Customer Experience* vs. *Product centric*
 - 6.6.2. *User Generated Content*
 - 6.6.3. *Share of voice*
 - 6.6.4. Personalización

- 6.7. La evolución del e-commerce
 - 6.7.1. Evolución y perspectivas
 - 6.7.2. Tipos de sistemas
 - 6.7.3. Tipos de e-commerce
- 6.8. Economía conductual
 - 6.8.1. Economía conductual
 - 6.8.2. Tipos de sesgos y Nudges
 - 6.8.3. CRO
 - 6.8.4. UX vs. UI
- 6.9. Transformación Digital: físico + digital
 - 6.9.1. Era de la digitalización
 - 6.9.2. Social, Location y Mobile (SoLoMo)
 - 6.9.3. Evolución de los métodos de pago
 - 6.9.4. Nuevos retos para el Retail
- 6.10. Evolución por sectores en el entorno Digital
 - 6.10.1. Turismo
 - 6.10.2. Movilidad
 - 6.10.3. Salud

Módulo 7. Business Process Management (BPM)

- 7.1. Arquitectura empresarial
 - 7.1.1. Visión holística de la arquitectura empresarial
 - 7.1.2. Cadena de valor
 - 7.1.3. Arquitectura de procesos
- 7.2. Diagnóstico del BPM
 - 7.2.1. Business Process Management
 - 7.2.2. Motores del negocio
 - 7.2.3. Elementos necesarios para una implementación exitosa
 - 7.2.4. Ciclo de madurez
- 7.3. Principios del BPM
 - 7.3.1. Adaptabilidad del contexto
 - 7.3.2. Continuidad
 - 7.3.3. Desarrollo de competencias
 - 7.3.4. Holismo





- 7.3.5. Institucionalización
- 7.3.6. Participación de actores claves
- 7.3.7. Lenguaje común
- 7.3.8. Propósito
- 7.3.9. Simplicidad
- 7.3.10. Apropiación de la tecnología
- 7.4. Beneficios del BPM
 - 7.4.1. Empresariales
 - 7.4.2. Clientes
 - 7.4.3. Gestión
 - 7.4.4. Stakeholders
 - 7.4.5. Aplicaciones del BPM
 - 7.4.5.1. *Business Process Improvement* (BPI)
 - 7.4.5.2. *Enterprise Process Management* (EPM)
 - 7.4.5.3. *Continuous Refinement* (CR)
- 7.5. Aplicación sectorial de BPM
 - 7.5.1. Entidades financieras
 - 7.5.2. Telecomunicaciones
 - 7.5.3. Sanidad
 - 7.5.4. Seguros
 - 7.5.5. Administración pública
 - 7.5.6. Industria de manufactura
- 7.6. Modelos de referencias de procesos
 - 7.6.1. Modelo APQC
 - 7.6.2. Modelo SCOR
- 7.7. Centro de excelencia de procesos (COE)
 - 7.7.1. Funciones y beneficios del COE
 - 7.7.2. Pasos para establecer un COE y modelo de gobierno
- 7.8. Pasos para el éxito del BPM
 - 7.8.1. Descubrir y simplificar
 - 7.8.2. Capturar y documentar
 - 7.8.3. Publicar y animar
 - 7.8.4. Diseñar y mejorar
 - 7.8.5. Simular y optimizar

- 7.8.6. Generar y ejecutar
- 7.8.7. Monitorizar y gestionar
- 7.9. Desafíos del *Business Process Management*
 - 7.9.1. Riesgos dependiendo de la etapa del proceso
 - 7.9.2. Estrategias para vencer el riesgo
 - 7.9.3. Errores en la implementación
- 7.10. Consideraciones para iniciar un proyecto BPM
 - 7.10.1. Seleccionar el punto inicial correcto
 - 7.10.2. Involucrarse con los usuarios
 - 7.10.3. Medir desde el inicio

Módulo 8. Modelado y análisis de procesos

- 8.1. Modelado de procesos
 - 8.1.1. Propósitos del modelado de procesos
 - 8.1.2. Beneficios de usar un modelo de notación estandarizado
 - 8.1.3. Consideraciones para seleccionar un modelo de notación
- 8.2. *Business Process Modelling Notation* (BPMN)
 - 8.2.1. Componentes de BPMN
 - 8.2.2. Tipos de gráficos de BPMN
 - 8.2.3. Ventajas del BPMN
 - 8.2.4. Desventajas del BPMN
- 8.3. Otros tipos de modelado de procesos
 - 8.3.1. *Swim Lanes*
 - 8.3.2. *Flow Charting*
 - 8.3.3. *Event Process Chain* (EPC)
 - 8.3.4. *Unified Modeling Language* (UML)
 - 8.3.5. *Integrated Definition Language* (IDEF)
 - 8.3.6. *Value Stream Mapping*
- 8.4. Enfoques de modelado de procesos
 - 8.4.1. Cadena de valor
 - 8.4.2. *Supplier Input Process Output Customer* (SIPOC)
 - 8.4.3. System Dynamics

- 8.5. Niveles de modelado de procesos
 - 8.5.1. Perspectiva empresarial
 - 8.5.2. Perspectiva de negocio
 - 8.5.3. Perspectiva operacional
- 8.6. Captura de información
 - 8.6.1. Observación directa
 - 8.6.2. Entrevistas
 - 8.6.3. Encuestas
 - 8.6.4. Talleres estructurados
 - 8.6.5. Conferencias vía Web
- 8.7. Software de modelación (BPMS)
 - 8.7.1. AuraPortal
 - 8.7.2. Bizagi Modeler
 - 8.7.3. Trisotech
 - 8.7.4. iGrafx
 - 8.7.5. IBM Blueworks Live
 - 8.7.6. OnBase by Hyland
 - 8.7.7. Oracle BPM Suite
 - 8.7.8. Signavio
- 8.8. Análisis de procesos
 - 8.8.1. Fase de implementación
 - 8.8.2. Roles en el análisis
 - 8.8.3. Factores para analizar los procesos
 - 8.8.4. Análisis económico
 - 8.8.5. Árbol de causas y efectos
 - 8.8.6. Análisis del riesgo
 - 8.8.7. Análisis de capacidad de recursos
 - 8.8.8. Análisis del talento humano
- 8.9. Consideraciones para el análisis de procesos
 - 8.9.1. Liderazgo a nivel gerencial
 - 8.9.2. Madurez de la gestión por procesos
 - 8.9.3. Evitar solucionar durante el análisis
 - 8.9.4. Un análisis eficiente
 - 8.9.5. Resistencia potencial

- 8.9.6. Omisión de culpabilidad en no conformidades
- 8.9.7. Entendiendo la cultura organizacional
- 8.9.8. Enfoque hacia el cliente
- 8.9.9. Disponibilidad de recursos
- 8.10. Simulación de procesos de negocio
 - 8.10.1. Consideraciones técnicas y políticas para la simulación
 - 8.10.2. Paso a paso de la simulación de procesos de negocio
 - 8.10.3. Herramientas de simulación

Módulo 9. Control y optimización de procesos

- 9.1. Diseño de procesos
 - 9.1.1. Aspectos fundamentales del diseño de procesos
 - 9.1.2. Transición de "As-is" hacia el "To Be"
 - 9.1.3. Análisis económico del proceso "To Be"
- 9.2. Hacia el control del desempeño de proceso
 - 9.2.1. Teniendo en cuenta el nivel de madurez del proceso
 - 9.2.2. Interpretaciones del desempeño
 - 9.2.3. Aspectos medibles
 - 9.2.4. Diseño de medición del desempeño
- 9.3. Medición y control del desempeño de procesos
 - 9.3.1. Importancia de la medición de los procesos
 - 9.3.2. Indicadores de gestión de procesos
 - 9.3.3. Pasos para crear indicadores de gestión
- 9.4. Métodos para medir y controlar el desempeño
 - 9.4.1. Mapa del flujo de valor (VSM)
 - 9.4.2. Sistemas de costos basados en actividades
 - 9.4.3. Control estadístico
- 9.5. Control estadístico de procesos
 - 9.5.1. Parámetros estadísticos
 - 9.5.2. Análisis de variabilidad
 - 9.5.3. Cartas de control
 - 9.5.4. Planes de muestreo

- 9.6. Minería de procesos
 - 9.6.1. Estado del arte de la minería de procesos
 - 9.6.2. Metodología de la minería de procesos
 - 9.6.3. Factores a considerar para la implementación
- 9.7. Inteligencia de procesos
 - 9.7.1. La inteligencia de procesos
 - 9.7.2. Herramientas BAM (*Business Activity Monitoring*)
 - 9.7.3. Cuadro de Mandos (*Dashboards*)
- 9.8. Gestión del cambio
 - 9.8.1. Resistencia al cambio
 - 9.8.2. Manejo de la incertidumbre del talento humano
 - 9.8.3. Proceso de la gestión del cambio
- 9.9. Transformación de la organización
 - 9.9.1. Más allá de la mejora
 - 9.9.2. Transformando la organización
 - 9.9.3. Optimización continua
- 9.10. Una nueva gestión por procesos empresariales
 - 9.10.1. Aspectos de una organización orientada a procesos
 - 9.10.2. Evaluación de la madurez organizacional
 - 9.10.3. Implementación del modelo de gobierno
 - 9.10.4. Diseño de hoja de ruta del BPM

Módulo 10. Aspectos jurídicos de la Transformación Digital

- 10.1. El derecho en la Transformación Digital
 - 10.1.1. Relación derecho y tecnología
 - 10.1.2. Retos del derecho en la era digital
 - 10.1.3. Formas de asociación
 - 10.1.4. Big Data
 - 10.1.5. Desafíos jurídicos de la inteligencia artificial
 - 10.1.6. Aspectos tributarios
- 10.2. Contratación empresarial
 - 10.2.1. Conceptualización de la contratación empresarial
 - 10.2.2. Contratos de transferencia de tecnología
 - 10.2.3. Smart contracts

- 10.2.4. Cloud computing
- 10.2.5. El contrato laboral digital
- 10.2.6. Trabajo remoto
- 10.3. Propiedad intelectual
 - 10.3.1. Derechos de autor y derechos conexos
 - 10.3.2. Contenido multimedia y medidas de protección en el entorno digital
 - 10.3.3. Sistema internacional de derechos de autor
 - 10.3.4. Signos distintivos (marcas, nombres, enseñas comerciales y denominaciones de origen)
 - 10.3.5. Patentes (De invención, modelos de utilidad y diseños industriales)
 - 10.3.6. Nombres de dominio
- 10.4. Informática jurídica
 - 10.4.1. *Blockchain*
 - 10.4.2. Firma digital y firma electrónica
 - 10.4.3. informática forense
- 10.5. Competencia/antitrust
 - 10.5.1. Análisis de mercado: microeconomía
 - 10.5.2. Derecho de la competencia en la era digital
 - 10.5.3. Estrategias de defensa y cumplimiento
- 10.6. Tratados de libre comercio
 - 10.6.1. Elementos fundamentales de los tratados de libre comercio
 - 10.6.2. Ventajas competitivas de la gestión de los tratados de libre comercio
 - 10.6.3. Principales tratados de libre comercio en el ámbito digital
- 10.7. Valuación de activos intangibles
 - 10.7.1. Clasificación activos intangibles
 - 10.7.2. Estándares internacionales de valuación de activos
 - 10.7.3. Tendencias actuales de la economía de intangibles
- 10.8. Protección de datos personales
 - 10.8.1. Conceptos aplicables
 - 10.8.2. Bases de datos
 - 10.8.3. *Big data*
 - 10.8.4. La protección de datos en la Unión Europea y en Estados Unidos

- 10.9. Protección de derechos del consumidor
 - 10.9.1. Derechos del consumidor
 - 10.9.2. Regulación internacional del comercio electrónico
 - 10.9.3. Arbitraje de consumo
 - 10.9.4. Tendencias
- 10.10. Legal TECH
 - 10.10.1. Legal TECH for documents
 - 10.10.2. Legal TECH for contracts
 - 10.10.3. Legal TECH for finance
 - 10.10.4. Legal TECH for design
 - 10.10.5. Legal TECH for evidence

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

- 11.1. Globalización y Gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. Liderazgo
 - 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
 - 11.2.2. Liderazgo en las empresas
 - 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.3.3. Gestión de la Diversidad
- 11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
 - 11.4.2. Concepto de Liderazgo
 - 11.4.3. Teorías del Liderazgo
 - 11.4.4. Estilos de Liderazgo
 - 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
 - 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

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

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
 - 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
 - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.2.1. Análisis del potencial
 - 12.2.2. Política de retribución
 - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión

- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.3.1. La gestión del rendimiento
 - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
 - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 12.4.3. Fidelización y retención
 - 12.4.4. Proactividad e innovación
- 12.5. Motivación
 - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
 - 12.5.2. La teoría de las expectativas
 - 12.5.3. Teorías de las necesidades
 - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
 - 12.7.1. Gestión del cambio
 - 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.8. Negociación y gestión de conflictos
 - 12.8.1. Negociación
 - 12.8.2. Gestión de Conflictos
 - 12.8.3. Gestión de Crisis
- 12.9. Comunicación directiva
 - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.9.2. Departamentos de Comunicación
 - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.10.1. La productividad
 - 12.10.2. 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. Presupuesto y Control de Gestión
 - 13.4.1. El modelo presupuestario
 - 13.4.2. El Presupuesto de Capital
 - 13.4.3. La Presupuesto de Explotación
 - 13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
 - 13.4.6. Seguimiento del Presupuesto
- 13.5. Dirección Financiera
 - 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.5.2. El departamento financiero
 - 13.5.3. Excedentes de tesorería
 - 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 13.6. Planificación Financiera
 - 13.6.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.6.4. El cuadro Cash Flow
 - 13.6.5. El cuadro de circulante
- 13.7. Estrategia Financiera Corporativa
 - 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.8. Financiación Estratégica
 - 13.8.1. La autofinanciación
 - 13.8.2. Ampliación de fondos propios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.9. Análisis y planificación financiera
 - 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
 - 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
 - 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad
- 13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Management Directivo

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Concepto de General Management
 - 14.1.2. La acción del Manager General
 - 14.1.3. El Director General y sus funciones
 - 14.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 14.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 14.3. Dirección de operaciones
 - 14.3.1. Importancia de la dirección
 - 14.3.2. La cadena de valor
 - 14.3.3. Gestión de calidad
- 14.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 14.4.1. Comunicación interpersonal
 - 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 14.4.3. Barreras en la comunicación



- 14.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 14.5.1. La comunicación interpersonal
 - 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 14.5.3. La comunicación en la organización
 - 14.5.4. Herramientas en la organización
- 14.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 14.6.1. Crisis
 - 14.6.2. Fases de la crisis
 - 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 14.7. Preparación de un plan de crisis
 - 14.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 14.7.2. Planificación
 - 14.7.3. Adecuación del personal
- 14.8. Inteligencia emocional
 - 14.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 14.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 14.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 14.9. Branding Personal
 - 14.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 14.9.2. Leyes del branding personal
 - 14.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 14.10. Liderazgo y gestión de equipos
 - 14.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 14.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
 - 14.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
 - 14.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

04

Objetivos docentes

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) tiene como objetivo principal especializar líderes capaces de diseñar e implementar estrategias digitales que optimicen procesos, impulsen la innovación y garanticen la competitividad empresarial en la era digital. A través de una metodología práctica y basada en la aplicación real de tecnologías emergentes, los alumnos adquieren las competencias necesarias para liderar la digitalización en diversos sectores, gestionando el cambio organizacional y maximizando el impacto de la Transformación Digital.



“

Evaluarás el impacto de la Transformación Digital en las empresas, asegurando una integración tecnológica eficiente y sostenible”



Objetivos generales

- Comprender el impacto del entorno digital en los modelos de negocio y su evolución
- Desarrollar estrategias de Transformación Digital 360°, alineadas con los objetivos empresariales
- Implementar tecnologías como IoT, Big Data, Inteligencia Artificial y BPM para optimizar procesos
- Diseñar estrategias de marketing digital adaptadas al nuevo comportamiento del consumidor
- Gestionar el cambio organizacional, fomentando una cultura de innovación y digitalización
- Aplicar herramientas para la gestión del talento y el liderazgo en entornos digitales
- Integrar la Transformación Digital con la dirección financiera y la toma de decisiones estratégicas
- Conocer el marco jurídico y regulatorio de la digitalización empresarial



Asumirás roles de liderazgo, impulsando la Transformación Digital, gestionando talento y tomando decisiones estratégicas para el éxito empresarial”





Objetivos específicos

Módulo 1. El entorno digital en los procesos

- ♦ Analizar el impacto de la digitalización en la eficiencia y competitividad empresarial
- ♦ Identificar oportunidades de mejora en los procesos mediante el uso de herramientas digitales

Módulo 2. La Transformación Digital en la empresa

- ♦ Diseñar estrategias de digitalización alineadas con los objetivos corporativos
- ♦ Gestionar la integración de tecnologías emergentes en distintos departamentos

Módulo 3. La nueva era digital: *Internet of Things* (IoT)

- ♦ Explorar las aplicaciones del IoT en la optimización de procesos y servicios
- ♦ Evaluar la viabilidad de soluciones IoT en entornos empresariales diversos

Módulo 4. La Transformación Digital como estrategia 360°

- ♦ Implementar modelos de Transformación Digital integrales en las empresas
- ♦ Desarrollar metodologías de gestión del cambio para facilitar la digitalización

Módulo 5. Canales de marketing en la era digital

- ♦ Diseñar estrategias de marketing digital omnicanal basadas en datos
- ♦ Aplicar herramientas digitales para la personalización y fidelización del cliente

Módulo 6. Nuevas conductas en la Transformación Digital de las empresas

- ♦ Analizar el impacto del cambio digital en el comportamiento organizacional
- ♦ Desarrollar estrategias para gestionar la adaptación del talento a la digitalización.

Módulo 7. *Business Process Management* (BPM)

- ♦ Aplicar metodologías de BPM para mejorar la eficiencia operativa
- ♦ Identificar procesos susceptibles de automatización para optimizar recursos

Módulo 8. Modelado y análisis de procesos

- ♦ Diseñar modelos de procesos empresariales con herramientas digitales
- ♦ Evaluar la rentabilidad y eficacia de los procesos en entornos digitales

Módulo 9. Control y optimización de procesos

- ♦ Implementar estrategias de mejora continua en procesos digitales
- ♦ Medir el rendimiento de los procesos a través de indicadores clave (KPIs)

Módulo 10. Aspectos jurídicos de la Transformación Digital

- ♦ Conocer la normativa vigente en protección de datos y ciberseguridad
- ♦ Evaluar riesgos legales en la implementación de tecnologías digitales

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

- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo digital para la gestión del cambio
- ♦ Aplicar principios éticos y de sostenibilidad en la Transformación Digital

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- ♦ Implementar estrategias de atracción y retención de talento digital
- ♦ Fomentar una cultura organizacional basada en la innovación y digitalización

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- ♦ Evaluar la viabilidad financiera de proyectos de Transformación Digital
- ♦ Gestionar presupuestos y recursos para la implementación tecnológica

Módulo 14. Management Directivo

- ♦ Desarrollar una visión estratégica para la dirección de empresas digitales
- ♦ Aplicar metodologías ágiles en la gestión de equipos y proyectos digitales

05

Salidas profesionales

Los egresados del MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) estarán preparados para liderar la digitalización en diversos sectores. Podrán desempeñarse como CDO, directores de innovación, consultores en Transformación Digital o gestores de proyectos tecnológicos. Además, tendrán oportunidades en áreas como marketing digital, análisis de datos, optimización de procesos y ciberseguridad, tanto en empresas privadas como en organismos públicos. Esta especialización estratégica y tecnológica les permitirá ocupar puestos clave en compañías en plena evolución digital, startups innovadores o liderar su propio negocio en el ámbito de la tecnología y la innovación.



“

Impulsarás la evolución digital en empresas consolidadas, startups innovadores o tu propio negocio”

Perfil del egresado

Al culminar este MBA, los egresados serán líderes digitales altamente capacitados para diseñar, implementar y gestionar estrategias de Transformación Digital. Contarán con habilidades en dirección empresarial, gestión del cambio, liderazgo de equipos y optimización de procesos mediante el uso de tecnologías emergentes. Además, serán expertos en marketing digital, análisis de datos y ciberseguridad, con una visión estratégica para mejorar la competitividad y rentabilidad de cualquier empresa. Su capacidad para integrar y tecnología les permitirá impulsar el crecimiento y la eficiencia en un mundo empresarial cada vez más digitalizado.

Serás capaz de analizar grandes volúmenes de datos para tomar decisiones informadas y mejorar la competitividad empresarial.

- ♦ **Liderazgo en Transformación Digital:** Capacidad para dirigir estrategias de digitalización en empresas, fomentando la innovación y el cambio organizacional
- ♦ **Gestión de Proyectos Tecnológicos:** Habilidad para planificar, ejecutar y supervisar proyectos de digitalización, garantizando su alineación con los objetivos comerciales
- ♦ **Implementación de Estrategias 360°:** Competencia para desarrollar e integrar modelos de Transformación Digital en todos los niveles de la empresa
- ♦ **Optimización de Procesos con BPM:** Conocimiento avanzado en modelado, análisis y mejora de procesos mediante herramientas digitales y automatización





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

1. **Chief Digital Officer:** Responsable de liderar la estrategia de Transformación Digital en empresas, asegurando la integración de tecnologías emergentes y la optimización de procesos.
2. **Director de Innovación y Transformación Digital:** Encargado de diseñar e implementar proyectos tecnológicos que mejoren la competitividad y eficiencia empresarial.
3. **Consultor en Transformación Digital:** Asesor especializado en la digitalización de organizaciones, brindando soluciones estratégicas adaptadas a cada sector.
4. **Gerente de Marketing Digital y Experiencia del Cliente:** Responsable de desarrollar estrategias digitales para mejorar la relación con los clientes y optimizar el posicionamiento de marca.
5. **Director de Business Intelligence y Análisis de Datos:** Líder en la implementación de herramientas de *Big Data*, IA y analítica avanzada para la toma de decisiones empresariales.
6. **Gerente de Procesos y Automatización:** Especialista en optimización y digitalización de procesos operativos para mejorar la eficiencia y reducir costos.
7. **Director de Tecnología y Transformación Empresarial:** Responsable de la adopción de tecnologías innovadoras, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos de la compañía.
8. **Líder en Ciberseguridad y Cumplimiento Digital:** Experto en protección de datos y seguridad informática, garantizando el cumplimiento de normativas en entornos digitales.
9. **Director de Gestión del Talento Digital:** Responsable de la captación, formación y retención de profesionales especializados en Transformación Digital.
10. **Emprendedor en Soluciones Tecnológicas:** Fundador de startups enfocadas en innovación digital, ofreciendo productos y servicios adaptados a la era digital.

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

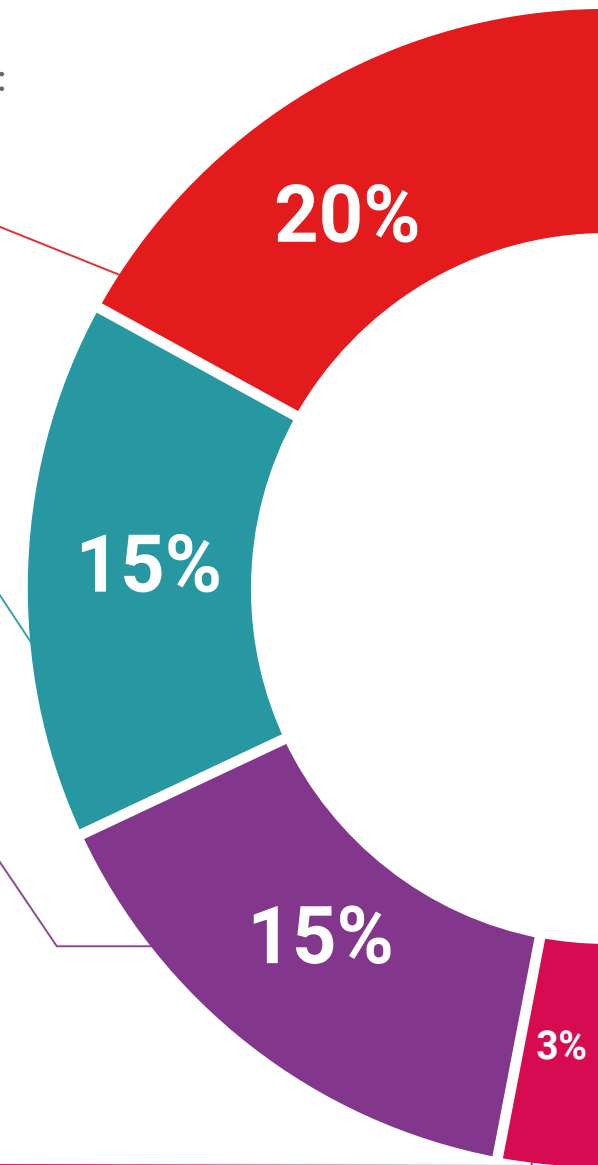
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

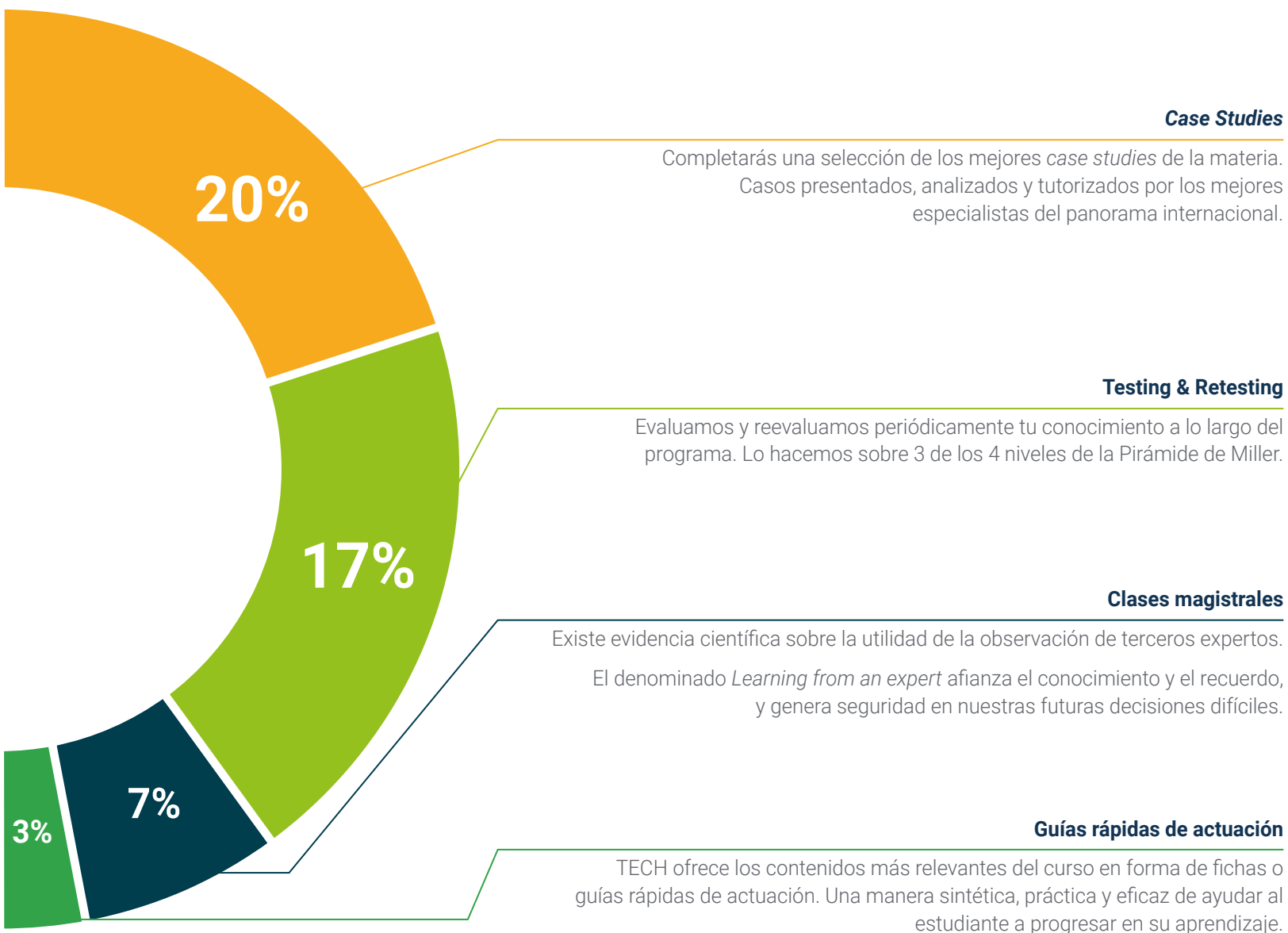
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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

Esta titulación universitaria incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en la dirección de proyectos, 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 MBA de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.



“

*Accederás a un plan de estudios
concebido por auténticas referencias en
el campo de la Transformación Digital”*

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”

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

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

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



D. Barrientos, Giancarlo

- ♦ 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. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- ♦ 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

Dña. García Salvador, Laura

- ♦ CMO - Responsable de Marketing en Zacatrus
- ♦ CMO y Growth en Ruralka Hoteles
- ♦ Marketing Manager en Adopta un Abuelo
- ♦ Máster en Marketing Digital en ESIC
- ♦ Graduada en el Doble Grado de Administración y Dirección de Empresas y Publicidad y Relaciones Públicas

Dña. Garrido Brito, Stephanie

- ♦ Scrum Master en TriNet
- ♦ Scrum Master en Lean Tech
- ♦ Ingeniero Residente Logístico en Marval
- ♦ Coordinadora Operativa en Geotech Solutions
- ♦ Posgrado en Coaching, PNL y Liderazgo de Equipos, Gerencia Logística y Procesos por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona
- ♦ Máster en Transformación Digital en Ingeniería Industrial Licenciada en Ingeniería Industrial por la Universidad del Norte

Dña. Gómez Morales, María Daniela

- ♦ Especialista en Ingeniería Industrial
- ♦ Asesora Estudiantil en la Universidad del Norte
- ♦ Analista de Producción en Smurfit Kappa
- ♦ Analista de Consejería y Vida Universitaria en Atlántico
- ♦ Licenciada en Ingeniería Industrial por la Universidad del Norte

D. Goenaga Peña, Andrés

- ♦ Abogado, Escritor y Especialista en Propiedad Industrial, Derechos de Autor y Nuevas Tecnologías
- ♦ Máster en Propiedad Industrial, Derechos de Autor y Nuevas Tecnologías por la Universidad Externado de Colombia
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad del Norte



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

08 Titulación

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

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

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

TECH es miembro de la **Business Graduates Association (BGA)**, la organización internacional que aglutina a las principales escuelas de negocios de todo el mundo y es garantía de calidad de los mejores programas de formación para directivos. Las escuelas miembros de BGA están unidas por su dedicación a las prácticas de gestión responsables, el aprendizaje permanente y la entrega de un impacto positivo para las partes interesadas de la escuela de negocios. Pertenecer a BGA es sinónimo de calidad académica.

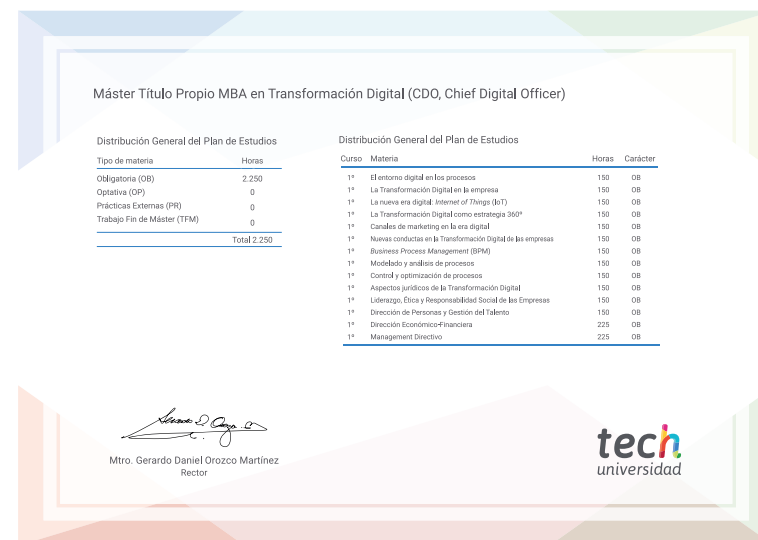
TECH es miembro de:



Título: **Máster Título Propio MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)**

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

Duración: **12 meses**



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



Máster Título Propio

MBA en Transformación
Digital (CDO, Chief Digital
Officer)

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

TECH es miembro de:

A background image showing two people working at a desk. One person is pointing at a large computer monitor, while the other is using a mouse. The image is partially obscured by a diagonal white and grey overlay.

tech
universidad