

Máster Título Propio

MBA en Dirección Avanzada
de Proyectos Tecnológicos
(CTO, Chief Technology Officer)



Máster Título Propio

MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer)

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad ULAC**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/informatica/master/master-mba-direccion-avanzada-proyectos-tecnologicos-cto-chief-technology-officer

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competencias

pág. 16

04

Dirección del curso

pág. 20

05

Estructura y contenido

pág. 40

06

Metodología

pág. 54

07

Titulación

pág. 62

01

Presentación

El sector tecnológico evoluciona constantemente a un ritmo vertiginoso, por lo que las empresas están obligadas a incorporar en sus plantillas a líderes muy capacitados. Estos directores de proyectos y equipos de trabajo deben poseer cualidades diversas, entre las que deben estar el manejo y análisis de datos complejos; optimización de procesos y recursos o la coordinación del personal buscando el bienestar del individuo y rendimiento del equipo. El presente programa pretende instruir a los alumnos en esta compleja realidad, dotándoles de todas las herramientas y metodologías más modernas para afrontar sin complicaciones el reto de liderar proyectos tecnológicos de gran envergadura.



“

Jeff Bezos ha llegado al espacio. ¿Te imaginas a dónde podrías llegar tú con las competencias adecuadas? Matricúlate ya en este MBA y comienza a construir tu futuro como líder tecnológico”

En un sector que requiere de técnicos altamente cualificados y especializados, los líderes deben ser aún más competentes y poseer un cuadro de habilidades amplio con el que poder gestionar no sólo el día a día del trabajo, sino los posibles problemas o cambios radicales que puede sufrir un proyecto debido a la naturaleza cambiante de la tecnología.

Así, el MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer) incide en métodos como la Gestión Agile de Proyectos y cómo esta se puede aplicar en el ámbito del Desarrollo de Software, la Gestión Empresarial en torno a los recursos disponibles y la especial importancia del Análisis de Datos a la hora de tomar decisiones que puedan favorecer enormemente al proyecto. Es precisamente la analítica la que tiene mayor relevancia, pues durante toda la capacitación se abordará el presente y futuro de la misma, con sus múltiples aplicaciones en todos los ámbitos del trabajo.

El alumno adquirirá un conjunto de conocimientos imprescindibles a la hora de dirigir equipos multidisciplinares, haciendo que su currículum sea más atractivo para las empresas más punteras del sector. Comprendiendo todo lo que conlleva Gestionar un Proyecto Tecnológico y sus complejidades, el estudiante verá incrementados no sólo sus conocimientos sino también su proyección laboral.

Un MBA que, además, cuenta con la particularidad de cursarse de manera 100% online, lo que facilita al alumno la labor de estudio pues elimina la obligatoriedad de asistir a un centro físico y los horarios fijos que ello conlleva. Todo el material didáctico está accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet, lo que permite la flexibilidad necesaria para adaptar el material de estudio a los propios ritmos y obligaciones del alumno.

Este **MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer)** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado.

Sus características más destacadas son:

- ◆ El estudio intensivo de todos los ámbitos de la dirección, desde la gestión de recursos a la administración del capital humano
- ◆ Contenido amplio sobre la metodología analítica más novedosa del mercado, enseñando al alumno a aplicarla en el desarrollo del proyecto
- ◆ Gran cantidad de material audiovisual y práctico, lo que hace la labor de estudio más ligera para el alumno
- ◆ Información actualizada sobre cómo se dirigen los equipos de trabajo del sector tecnológico hoy en día
- ◆ Especial atención al marco legal que rigen los proyectos tecnológicos con datos personales
- ◆ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Las tecnológicas confían sus mejores proyectos sólo a los líderes más capaces. Accede a los proyectos más ambiciosos especializándote en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer)”

“

Nada te podrá pillar por sorpresa con los conocimientos que vas a adquirir en este MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer)”

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación 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 una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

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

Apple, Microsoft, Google... Las grandes firmas están esperando a profesionales como tú. Impresionales con un currículum completo que demuestre que estás a la altura.

Anticípate a los problemas del futuro mediante la analítica y aprende a remodelar un Proyecto Tecnológico para adaptarlo a las necesidades cambiantes del mercado.



02 Objetivos

Con un mercado tecnológico cada vez más amplio y con demandas más exigentes por parte del público, las empresas del sector se han visto obligadas a buscar líderes especializados en multitud de ámbitos de gestión. Ante esta realidad, TECH ha elaborado el presente programa, el cual pretende precisamente instruir al alumno en esa variedad de conocimientos necesarios para asumir una gestión eficaz y superior a la de otros directivos que no estén especializados.





“

Steve Jobs fue un hombre adelantado a su tiempo, con una gran capacidad de liderazgo incluso en los peores momentos. ¿Quién dice que no puedes ser el próximo Steve Jobs? Matricúlate ya y aprende todo lo que necesitas saber para ser un gran líder”



Objetivos generales

- ◆ Especializarse en las principales *Frameworks* para la Dirección y Gestión de Proyectos Informáticos
- ◆ Manejar las técnicas más adecuadas para la Gestión de Personas y Equipos, con el objetivo de favorecer su bienestar y productividad laboral
- ◆ Trabajar las diferentes Técnicas Analíticas para la Toma de Decisiones Estratégicas
- ◆ Utilizar las principales herramientas del mercado para el Monitoreo de KPI para controlar la ejecución y avance del proyecto respecto de la estrategia marcada
- ◆ Desarrollar los Sistemas de Gestión de Información Empresarial más habituales
- ◆ Analizar procesos y requisitos para el Desarrollo de Proyectos Software
- ◆ Determinar la importancia de la Gestión de la Calidad en la Dirección de Proyectos Software y aprender a aplicar los criterios necesarios para su establecimiento y control
- ◆ Abordar la problemática que supone la Gestión de Datos en cuanto a su protección y seguridad y aprender a aplicar y cumplir las normativas actuales



TECH te aporta todos los conocimientos que necesitas para ser el mejor Líder Tecnológico posible. Da el paso y empieza a construir tu futuro"





Objetivos específicos

Módulo 1. Dirección y Gestión Agile de Proyectos Tecnológicos

- ◆ Desarrollar conocimientos especializados sobre la Dirección de Proyectos y la Metodología Agile para la Gestión de Proyectos
- ◆ Analizar el contexto de las Metodologías Agile para la Gestión de Proyectos
- ◆ Establecer el *Framework* Scrum para la Gestión Agile de Proyectos
- ◆ Analizar el *Framework* Kanban para la Gestión Agile de Proyectos

Módulo 2. Gestión de Requisitos y Análisis de Procesos en Proyectos de Desarrollo de Software

- ◆ Analizar los diferentes “roles” y funciones de un Analista de Nuevos Sistemas de Información
- ◆ Examinar los diferentes Métodos de Toma de Datos
- ◆ Desarrollar ejemplos de DFD y ejemplos de E-R para Base de Datos
- ◆ Elaborar Modelos Prácticos de Negocio

Módulo 3. Gestión empresarial: Tecnologías para gestión de recursos y clientes

- ◆ Determinar una Estrategia Comercial
- ◆ Desarrollar un Sistema de Reportes Unificado para cada proceso de la empresa
- ◆ Establecer una comunicación directa entre los departamentos de la empresa y los clientes
- ◆ Determinar Sistemas de Fácil Control y Gestión, accesibles en tiempo real

Módulo 4. Dirección y Control de Proyectos Informáticos mediante inteligencia de negocio

- ◆ Desarrollar o aplicar los datos en contextos diversos
- ◆ Resolver problemas en contextos complejos y con información incompleta
- ◆ Determinar casos de aplicación de analítica de negocio para problemas recurrentes, conocidos o novedosos, en las empresas
- ◆ Proponer, comunicar y elaborar modelos de negocio o de transformación de negocio justificando sus beneficios y su oportunidad para las organizaciones

Módulo 5. Monitoreo y Control Estratégico de Proyectos Informáticos

- ◆ Determinar las fases del ciclo de vida del dato: Dato, información, conocimiento y valor
- ◆ Examinar los diferentes niveles de analítica: Analítica descriptiva, prescriptiva y predictiva
- ◆ Analizar las diferencias entre los diferentes paradigmas de almacenamiento de información: *Data Lake*, *Data Warehouse* y *Data Mart*
- ◆ Evaluar las ventajas de un conjunto de soluciones tecnológicas empleadas en inteligencia de negocio

Módulo 6. Analítica Digital para la toma de decisiones en Proyectos Tecnológicos

- ◆ Determinar el significado de Analítica Digital conociendo sus principios
- ◆ Configurar correctamente la herramienta de trabajo *Google Analytics*
- ◆ Evaluar resultados y optimizar la estrategia de marketing
- ◆ Mejorar la toma de decisiones en el negocio digital con los datos obtenidos

Módulo 7. Mejora de proyectos Informáticos y negocios mediante Técnicas Analíticas

- ◆ Analizar la campaña de Marketing Digital para que esté alineada con la estrategia global de negocio
- ◆ Aplicar las técnicas de accionamiento propuestos para que mejoren los resultados de la organización
- ◆ Generar conocimiento especializado sobre el Marketing Digital haciendo especial hincapié en las campañas digitales
- ◆ Determinar los diferentes tipos de exclusiones de campañas, controlarlos y aplicarlos para mitigar riesgos en la ejecución de campañas de Marketing Digital



Módulo 8. Calidad en Dirección e Implementación de Proyectos Software

- ◆ Monitorizar el proceso de Desarrollo de Software y el producto final desarrollado
- ◆ Asegurar que el Proyecto de Desarrollo implementa los procedimientos y estándares de Calidad establecidos
- ◆ Notificar a los grupos interesados sobre las acciones de Calidad realizadas
- ◆ Identificar deficiencias en el producto, proceso, o estándares y corregirlos

Módulo 9. Cumplimiento normativo para la seguridad de información en proyectos tecnológicos

- ◆ Examinar la regulación de protección de datos
- ◆ Establecer las bases que legitiman el tratamiento de datos personales
- ◆ Desarrollar técnicas que permitan garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de datos
- ◆ Establecer los marcos normativos de seguridad y principales certificaciones disponibles relacionadas con la seguridad

Módulo 10. Gestión de Equipos en proyectos informáticos

- ◆ Desarrollar habilidades directivas para maximizar el rendimiento en una empresa tecnológica
- ◆ Determinar el liderazgo como modelo de acompañamiento con respecto a la tradicional metodología autoritaria
- ◆ Contemplar la inteligencia emocional como una herramienta básica para optimizar los resultados de la empresa
- ◆ Desarrollar estrategias para la resolución favorable de conflictos y técnicas de negociación

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

- ♦ Analizar el impacto de la globalización en la gobernanza y el gobierno corporativo
- ♦ Evaluar la importancia del liderazgo efectivo en la dirección y éxito de las empresas
- ♦ Definir las estrategias de gestión intercultural y su relevancia en entornos empresariales diversos
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo y entender los desafíos actuales que enfrentan los líderes
- ♦ Determinar los principios y prácticas de la ética empresarial y su aplicación en la toma de decisiones corporativas
- ♦ Estructurar estrategias para la implementación y mejora de la sostenibilidad y la responsabilidad social en las empresas

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- ♦ Determinar la relación entre la dirección estratégica y la gestión de recursos humanos
- ♦ Profundizar las competencias necesarias para la gestión eficaz de recursos humanos por competencias
- ♦ Ahondar en las metodologías para la evaluación del rendimiento y la gestión del desempeño
- ♦ Integrar las innovaciones en la gestión del talento y su impacto en la retención y fidelización del personal
- ♦ Desarrollar estrategias para la motivación y el desarrollo de equipos de alto desempeño
- ♦ Proponer soluciones efectivas para la gestión del cambio y la resolución de conflictos en las organizaciones





Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- ◆ Analizar el entorno macroeconómico y su influencia en el sistema financiero nacional e internacional
- ◆ Definir los sistemas de información y Business Intelligence para la toma de decisiones financieras
- ◆ Diferenciar decisiones financieras clave y la gestión de riesgos en la dirección financiera
- ◆ Valorar estrategias para la planificación financiera y la obtención de financiación empresarial

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- ◆ Estructurar el marco conceptual y la importancia de la dirección comercial en las empresas
- ◆ Ahondar en los elementos y actividades fundamentales del marketing y su impacto en la organización
- ◆ Determinar las etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- ◆ Evaluar estrategias para mejorar la comunicación corporativa y la reputación digital de la empresa

Módulo 15. Management Directivo

- ◆ Definir el concepto de General Management y su relevancia en la dirección de empresas
- ◆ Evaluar las funciones y responsabilidades del directivo en la cultura organizacional
- ◆ Analizar la importancia de la dirección de operaciones y la gestión de la calidad en la cadena de valor
- ◆ Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal y oratoria para la formación de portavoces

03

Competencias

El profesional de la informática que curse este MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer) será capaz de asumir el rol de Director de Proyectos con una perspectiva global de todos los retos y complicaciones que pueden surgir en el proceso. Esto convierte al alumno en un activo valioso dentro de la industria, con un set de competencias único y capacitado para afrontar los proyectos más serios y exigentes.





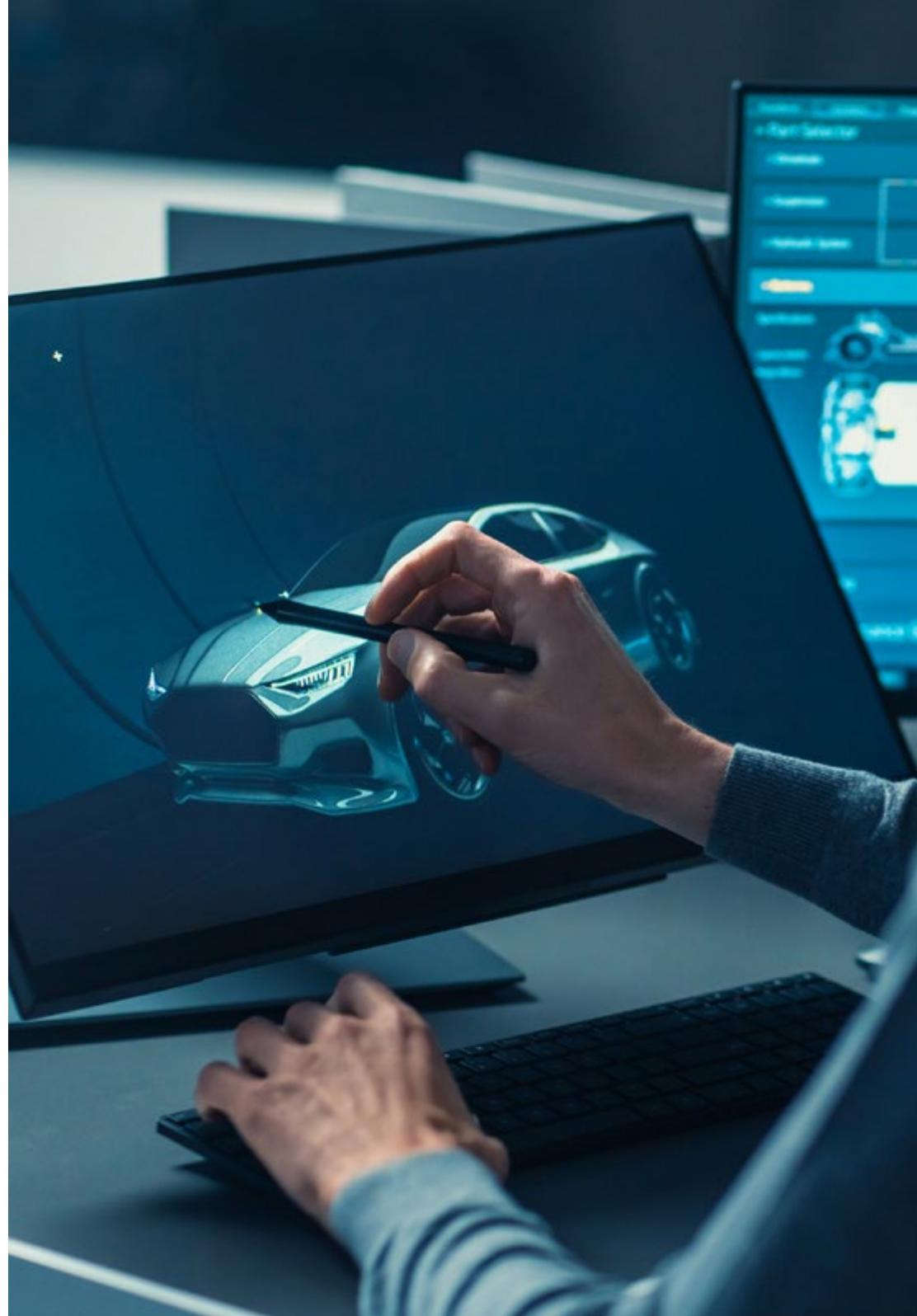
“

Este MBA es la enseñanza que estabas buscando para impulsar tu carrera dentro del panorama de la informática. Conviértete en todo un líder y matricúlate ya”



Competencias generales

- ◆ Comprender todos los aspectos que influyen en la Gestión de un Equipo de Trabajo del Ámbito Tecnológico
- ◆ Saber qué Metodología de trabajo usar en cada parte del Desarrollo del Proyecto, maximizando los resultados
- ◆ Hacer un uso inteligente de todos los datos generados y recopilados por el equipo de trabajo para Tomar Decisiones con la máxima información posible
- ◆ Lidar con cualquier clase de problemática dentro del seno del equipo de trabajo, ya sea de carácter personal o profesional





Competencias específicas

- ◆ Desarrollar Metodología PMI para la Dirección de Proyectos
- ◆ Analizar la Metodología Agile para la Gestión de Proyectos
- ◆ Desarrollar los elementos y Procesos del *Framework Scrum* y del Método Kanban
- ◆ Integrar los Análisis de Procesos y los requisitos dentro de Metodologías de Gestión de Proyectos
- ◆ Establecer las mejores prácticas en la Gestión del Dato que asegura la integridad de los Sistemas de Información diseñados
- ◆ Estudiar las fases del Ciclo de Vida del Dato y su relación con una Estrategia de Gestión de Proyectos y Calidad
- ◆ Identificar y diseñar un buen *Enterprise Resource Planning* y *Customer Relationship Management* para la empresa
- ◆ Gestionar satisfactoriamente los Sistemas *Enterprise Resource Planning* y *Customer Relationship Management* con habilidades específicas para los mismos
- ◆ Examinar el Control y Monitoreo de Proyectos y Procesos
- ◆ Diseñar Estrategias de Control
- ◆ Proponer soluciones avanzadas a problemas que puedan surgir en las empresas, integrando técnicas y métodos estudiados
- ◆ Determinar las fases que integran el Ciclo de Vida del Dato
- ◆ Desarrollar las Tendencias Tecnológicas para el Control y Monitoreo de Proyectos y Procesos
- ◆ Analizar una Web o Plataforma Digital y optimizar el modo mediante el cual el usuario interactúa con sus diversas funcionalidades
- ◆ Generar informes y realizar los cambios necesarios para alcanzar los objetivos establecidos
- ◆ Examinar el Ciclo de Vida de un Cliente y las acciones necesarias a llevar a cabo en cada Fase
- ◆ Analizar los resultados esperados de los Productos de acuerdo a las especificaciones dadas
- ◆ Revisar y auditar el Nuevo Producto de Desarrollo de Software y sus actividades relacionadas a través del Ciclo de Desarrollo
- ◆ Determinar las principales Medidas de Seguridad a tener en cuenta durante el Desarrollo de un Proyecto
- ◆ Adaptar la Empresa Tecnológica a la Sociedad del Cambio



No habrá empresa que no quiera emplear a alguien con todas las competencias que vas a adquirir en este MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer)”

04

Dirección del curso

Con el fin de instruir a sus alumnos de la mejor forma posible, TECH se esfuerza en encontrar a los profesionales y expertos más capacitados en cada campo para impartir y dirigir sus titulaciones. Es por ese motivo que este Máster Título Propio cuenta con un personal docente altamente cualificado en el campo de la Dirección Tecnológica, con amplia experiencia dirigiendo equipos de trabajo en multitud de situaciones. Esto garantiza que el alumno tiene acceso a un material didáctico de calidad, actualizado a las nuevas demandas y realidades del sector de la tecnología.



“

Llega a la cumbre de las mejores compañías tecnológicas apoyado por un equipo de profesionales que te ayudarán durante todo el recorrido”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este 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”

Director Invitado Internacional

El Doctor Eric Nyquist es un destacado profesional en el ámbito **deportivo internacional**, que ha construido una carrera impresionante, destacando por su **liderazgo estratégico** y su capacidad para impulsar el cambio y la **innovación** en **organizaciones deportivas** de primer nivel.

De hecho, ha desempeñado roles de alto cargo, como el de **Director de Comunicaciones e Impacto** en **NASCAR**, con sede en **Florida, Estados Unidos**. Con muchos años de experiencia a sus espaldas en esta entidad, el Doctor Nyquist también ha ocupado varios puestos de liderazgo, incluyendo **Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico** y **Director General de Asuntos Comerciales**, gestionando más de una docena de disciplinas que van desde el **desarrollo estratégico** hasta el **Marketing de entretenimiento**.

Asimismo, Nyquist ha dejado una marca significativa en las **franquicias deportivas** más importantes de Chicago. Como **Vicepresidente Ejecutivo** de las franquicias de los **Chicago Bulls** y los **Chicago White Sox** ha demostrado su capacidad para impulsar el **éxito empresarial y estratégico** en el mundo del **deporte profesional**.

Finalmente, cabe destacar que inició su carrera en el **ámbito deportivo** mientras trabajaba en **Nueva York** como **analista estratégico principal** para **Roger Goodell** en la **Liga Nacional de Fútbol (NFL)** y, anteriormente, como **Pasante Jurídico** en la **Federación de Fútbol de Estados Unidos**.



D. Nyquist, Eric

- Director de Comunicaciones e Impacto en NASCAR, Florida, Estados Unidos
- Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico en NASCAR
- Vicepresidente de Planificación Estratégica en NASCAR
- Director General de Asuntos Comerciales en NASCAR
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago White Sox
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago Bulls
- Gerente de Planificación Empresarial en la Liga Nacional de Fútbol (NFL)
- Asuntos Comerciales/Pasante Jurídico en la Federación de Fútbol de Estados Unidos
- Doctor en Derecho por la Universidad de Chicago
- Máster en Administración de Empresas-MBA por la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago
- Licenciado en Economía Internacional por Carleton College

“

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



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO y CTO en Prometheus Global Solutions
- ♦ CTO en Korporate Technologies en Korporate Technologies
- ♦ CTO en AI Shephers GmbH
- ♦ Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela. Premio Extraordinario de Doctorado
- ♦ Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Master MBA+E (Master en Administración de Empresas e Ingeniería de Organización) por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Profesor asociado, con Docencia en Grado y Máster en Ingeniería Informática, en Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Profesor de Máster en Big Data y Data Science en Universidad Internacional de Valencia
- ♦ Profesor de Máster en Industria 4.0. y del Máster en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto
- ♦ Miembro del Grupo de Investigación SMILe de la Universidad de Castilla la Mancha

Profesores

D. Gómez Esteban, Enrique

- ♦ Perito Informático y Administrador de Base de Datos Oracle DBA en la OTAN, Alten, ViewNext, Everis y Psa Group (Peugeot)
- ♦ Jefe de proyectos en Telefónica
- ♦ Jefe de seguridad en la FNMT
- ♦ Asesor técnico en IBM Sterling e IBM Aspera
- ♦ Ingeniero de software en NCR Corporation
- ♦ Peritajes Informáticos en los ámbitos Mercantil, Civil, Penal y Extrajudicial en la Comunidad de Madrid
- ♦ Ingeniero en Informática por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster Postgrado en Seguridad Informática y Comunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid

D. Fondón Alcalde, Rubén

- ◆ Analista de Negocio en Gestión del Valor del Cliente en Vodafone España
- ◆ Jefe de Integración de Servicios en Entelgy para Telefónica Global Solutions
- ◆ Administrador de Cuentas en Línea de Servidores Clónicos en EDM Electronics
- ◆ Analista de Negocios para el Sur de Europa en Vodafone Global Enterprise
- ◆ Ingeniero de Telecomunicaciones por la Universidad Europea de Madrid
- ◆ Máster en Big Data y Analytics por la Universidad Internacional de Valencia

D. Tato Sánchez, Rafael

- ◆ Gestión de Proyectos y Director Técnico en Indra Sistemas.
- ◆ Responsable del Centro de Control y Gestión de Tráfico de la Dirección General de Tráfico en Madrid
- ◆ Ingeniero de Sistemas en ENA Tráfico
- ◆ Grado en Ingeniería en Electrónica Industrial y Automática por la Universidad Europea de Madrid
- ◆ Ingeniero Técnico Industrial en Electricidad por la Universidad Politécnica de Madrid
- ◆ Máster en Industria 4.0. por la Universidad Internacional de La Rioja

D. García Niño, Pedro

- ◆ Especialista en Posicionamiento Web y SEO/Google Ads
- ◆ Especialista en SEO On-Page/Off-Page
- ◆ Especialista en Google Ads (SEM / PPC) con certificación oficial
- ◆ Especialista en Google Analytics/Análítica de Marketing Digital y medición de resultados
- ◆ Especialista en Marketing Digital y RRSS
- ◆ Director de Ventas de Servicios Informáticos
- ◆ Técnico de Equipos Informáticos Especialista en Hardware/Software

Dña. García La O, Marta

- ◆ Gestión, Administración y Account Management en Think Planificación y Desarrollo
- ◆ Organización, supervisión y tutoría de cursos de formación para altos Directivos en Think Planificación y Desarrollo
- ◆ Contable-Administrativa en Tabacos Santiago y Zairaiche-Stan Roller
- ◆ Especialista en Marketing en Versas Consultores
- ◆ Diplomatura en Ciencias Empresariales por la Universidad de Murcia
- ◆ Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Fundesem Business School

Dña. Palomino Dávila, Cristina

- ◆ Consultora y Auditora Senior GRC en Oesía Networks
- ◆ Subdirección de Auditoría - Secretaría General en Compañía Logística de Hidrocarburos CLH
- ◆ Consultora y Auditora Senior en materia de Protección de Datos de Carácter Personal y Servicios de la Sociedad de la Información en Helas Consultores
- ◆ Licenciada en Derecho por la Universidad de Castilla La Mancha
- ◆ Máster en Asesoría Jurídica de Empresas por el Instituto de Empresa
- ◆ Curso Superior en Dirección de Seguridad Digital y Gestión de Crisis por la Universidad de Alcalá y Alianza Española de Seguridad y Crisis (AESYC)

Dña. Martínez Cerrato, Yésica

- ◆ Gestora de Proyectos en el área de Integración de Grandes Cuentas en Correos y Telégrafos
- ◆ Técnico Informático-Responsable de aulas informáticas OTEC en la Universidad de Alcalá
- ◆ Técnico de producto seguridad electrónica en Securitas Seguridad España
- ◆ Responsable de Transformación Digital y Analista de Inteligencia Empresarial en Ricopia Technologies
- ◆ Profesora de clases de Informática en Asociación ASALUMA
- ◆ Grado en Ingeniería Electrónica de Comunicaciones en Universidad de Alcalá

05

Estructura y contenido

El temario del MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer) recoge todos los conocimientos y metodologías necesarias para hacer que el alumno afronte cualquier clase de Proyecto de Desarrollo Tecnológico. Además, el contenido está escrito de una forma clara y precisa, apoyado en numerosos ejemplos prácticos para facilitar la lectura y aprendizaje. Se estructura en 10 módulos que, a su vez, se dividen en 10 temas. Cada uno de estos temas está bien definido y organizado, ayudando a que el alumno pueda consultar cualquier tipo de duda rápidamente.



“

Realizado por los mejores expertos que TECH ha podido reunir, encontrarás todas las claves para convertirte en un líder de éxito en este MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer)”

Módulo 1. Dirección y Gestión Ágil de Proyectos Tecnológicos

- 1.1. La Gestión de Proyectos
 - 1.1.1. Dirección y Gestión de Proyectos
 - 1.1.2. Fases de un Proyecto
- 1.2. Dirección de Proyectos según *Project Management Institute*
 - 1.2.1. PMI y PMBOK
 - 1.2.2. Proyecto, Programa y Porfolio de Proyectos
 - 1.2.3. Evolución y Activos de los Procesos de las organizaciones que trabajan con Proyectos
- 1.3. Gestión de procesos según Project Management Institute
 - 1.3.1. Grupos de Procesos y Áreas de Conocimiento
 - 1.3.2. Matriz de Procesos
- 1.4. Metodologías Ágiles para la Gestión de Proyectos
 - 1.4.1. Motivación para su aplicación
 - 1.4.2. Valores Agile y principios del Manifiesto Agile
 - 1.4.3. Escenarios de aplicación
- 1.5. Scrum para la Gestión Ágil de Proyectos: descripción del *Framework*
 - 1.5.1. *Framework* para Gestión Ágil
 - 1.5.2. Pilares y Valores Scrum
- 1.6. Scrum para la Gestión Ágil de Proyectos: aplicación del Modelo
 - 1.6.1. Aplicación del *Framework*
 - 1.6.2. Personas, roles y responsabilidades en Scrum
 - 1.6.3. *Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Sprint Retrospective y Sprint Refinement*
- 1.7. Scrum para la Gestión Ágil de Proyectos
 - 1.7.1. *Product Backlog, Sprint Backlog* e Incremento
 - 1.7.2. Acuerdos en un Equipo Scrum
 - 1.7.3. Evaluación del rendimiento
- 1.8. Kanban para la Gestión Ágil de Proyectos
 - 1.8.1. El modelo
 - 1.8.2. Método Kanban, elementos y beneficios
 - 1.8.3. Escenarios de uso habituales

- 1.9. Kanban para la Gestión Ágil de Proyectos: aplicación del Modelo
 - 1.9.1. Fundame
 - 1.9.2. Aplicación
 - 1.9.3. Evaluación del rendimiento
- 1.10. Elección de modelo para la Dirección de Proyectos
 - 1.10.1. Criterios para la selección de tipo de Modelo de Dirección
 - 1.10.2. Métodos Tradicionales vs. Métodos Ágiles
 - 1.10.3. Conclusiones

Módulo 2. Gestión de Requisitos y Análisis de Procesos en Proyectos de Desarrollo de Software

- 2.1. Análisis de Sistemas
 - 2.1.1. Funciones del Analista Sistemas
 - 2.1.2. Ciclo de Desarrollo Software: SDLC, OO. Agile
 - 2.1.3. *SDLC, OO y Agile*
- 2.2. Importancia del Análisis y Diseño de Sistemas
 - 2.2.1. Sistema de Información
 - 2.2.2. Integración Tecnología IT: HW y Software
 - 2.2.3. Selección de Metodología
- 2.3. Ciclo de Vida de Desarrollo de Software
 - 2.3.1. Campañas y tipos
 - 2.3.2. Redención y accionamiento
 - 2.3.3. Tipos de Estrategia
 - 2.3.4. Plan de Marketing Digital
- 2.4. Modelo y Diseño de Sistemas. Integración
 - 2.4.1. Dependencias con otros Sistemas Operativos en la organización
 - 2.4.2. Integración con Metodologías Gestión Proyectos como PMBOOK
 - 2.4.3. Integración con Metodologías Ágiles
- 2.5. Toma de requisitos
 - 2.5.1. Métodos Interactivos: entrevistas, JAD y cuestionarios.
 - 2.5.2. Métodos No-Interactivos: observación, revisión documentos
 - 2.5.3. Técnicas de Muestreo: *Sampling*

- 2.6. Análisis de Procesos. DFD
 - 2.6.1. Desarrollo de un DFD con varios niveles
 - 2.6.2. Tipos DFD: físicos y lógicos, basados en eventos
 - 2.6.3. Particionado DFD's
- 2.7. Análisis de Pprocesos. Diccionario de Datos
 - 2.7.1. Creación del Diccionario de Datos Basado en DAFD previo
 - 2.7.2. Nomenclatura del Diccionario de Datos
 - 2.7.3. Creación XML para Intercambio de Datos con otros Sistemas
- 2.8. Análisis de Procesos. Especificaciones de Procesos
 - 2.8.1. Decisiones Estructuradas y Semiestructuradas
 - 2.8.2. *If-The-Else*
 - 2.8.3. Tablas y Árboles de Decisión
- 2.9. Importancia de Diseño
 - 2.9.1. Diseño de Salidas
 - 2.9.2. Diseño Entradas
 - 2.9.3. Validación del Diseño
- 2.10. Diseño de la Base de Datos
 - 2.10.1. Normalización de Datos
 - 2.10.2. Diagramas E-R: relaciones uno a muchos y muchos a muchos
 - 2.10.3. Desnormalización

Módulo 3. Gestión empresarial: Tecnologías para Gestión de Recursos y Clientes

- 3.1. Sistemas de Almacenamiento y Gestión de Información Empresarial
 - 3.1.1. *Enterprise Resource Planning*
 - 3.1.2. *Customer Relationship Management*
 - 3.1.3. *Enterprise Resource Planning vs. Management Customer Relationship Management*
 - 3.1.4. *Enterprise Resource Planning y Management Customer Relationship Management en el Negocio*
- 3.2. El *Enterprise Resource Planning*
 - 3.2.1. Aportación de un *Enterprise Resource Planning* en la Empresa
 - 3.2.2. Implantación y Gestión
 - 3.2.3. Día a día de un *Enterprise Resource Planning*
- 3.3. *Enterprise Resource Planning* y su Gestión
 - 3.3.1. Los Módulos de un ERO
 - 3.3.2. Tipos de Sistemas de *Enterprise Resource Planning*
 - 3.3.3. Herramientas en el Mercado
- 3.4. *Management Customer Relationship Management*
 - 3.4.1. Aportación de un *Customer Relationship Management* a la Empresa
 - 3.4.2. Diseño de un Sistema de Información
 - 3.4.3. *Management Customer Relationship Management* para Procesos de Mejora
- 3.5. *Management Customer Relationship Management* para Diseños de Proyectos
 - 3.5.1. Situación actual del entorno
 - 3.5.2. Venta o Fidelización
 - 3.5.3. Rentabilidad de Fidelizar Clientes
- 3.6. *Management Customer Relationship Management*. Trabajar con la Información
 - 3.6.1. Marketing y Gestión de Proyectos
 - 3.6.2. Factores de éxito
 - 3.6.3. Estrategias
- 3.7. *Management Customer Relationship Management*. Herramienta de Comunicación
 - 3.7.1. La Comunicación
 - 3.7.2. La Información
 - 3.7.3. La Escucha Activa
 - 3.7.4. Estrategias de Inversión en Sistemas de Información
- 3.8. *Management Customer Relationship Management*. Recuperación de Clientes Insatisfechos
 - 3.8.1. Detección de errores a tiempo
 - 3.8.2. Corrección y subsanación de errores
 - 3.8.3. Recuperación del Cliente y Diseño de Procesos de mejora continua
- 3.9. Proyectos Informáticos
 - 3.9.1. Objetivos
 - 3.9.2. *Enterprise Resource Planning* y *Management Customer Relationship Management* para atraer Clientes
 - 3.9.3. Diseño de Proyectos
 - 3.9.4. Evaluación y Registro de Resultados

- 3.10. Desarrollo de un Proyecto Informático
 - 3.10.1. Errores frecuentes
 - 3.10.2. Metodología
 - 3.10.3. Segmentación y Procesos
 - 3.10.4. Formación
 - 3.10.5. Diseño de Acciones aplicadas a *Management Customer Relationship Management* y *Enterprise Resource Planning*

Módulo 4. Dirección y Control de Proyectos Informáticos mediante Inteligencia de Negocio

- 4.1. Inteligencia de Negocio
 - 4.1.1. Inteligencia de Negocio
 - 4.1.2. Gestión de los Datos
 - 4.1.3. Ciclo de Vida del Dato
 - 4.1.4. Arquitectura
 - 4.1.5. Aplicaciones
- 4.2. Gestión de Proyectos Informáticos mediante Técnicas Analíticas
 - 4.2.1. Elección de Inteligencia de Negocio
 - 4.2.2. Ventajas de la Inteligencia de Negocio para los Proyectos
 - 4.2.3. Ejemplos y aplicaciones
- 4.3. Recolección y almacenamiento
 - 4.3.1. Modelos de Negocio y Modelos de Datos
 - 4.3.2. Tipos de almacenamiento
 - 4.3.3. Almacenamiento de *Big Data* en la Nube
- 4.4. Procesamiento Masivo de Datos e Información
 - 4.4.1. Tipos de Procesamiento de Datos
 - 4.4.2. Técnicas para simplificar el Procesamiento Masivo
 - 4.4.3. Procesamiento en la Nube
- 4.5. Técnicas Analíticas
 - 4.5.1. Técnicas Analíticas
 - 4.5.2. Análisis Predictivo
 - 4.5.3. Análisis de Patrones y Recomendación
 - 4.5.4. Aprendizaje Automático Escalable

- 4.6. Visualización para Toma de Decisiones
 - 4.6.1. Visualización y Análisis de Datos
 - 4.6.2. Herramientas
 - 4.6.3. La Visualización para el Análisis de Datos
 - 4.6.4. Diseño de Informes
- 4.7. Consumo de Información Empresarial
 - 4.7.1. El Cuadro de Mando
 - 4.7.2. Diseño y Extracción de KPI
 - 4.7.3. Información Geográfica
- 4.8. Seguridad y Gobernanza
 - 4.8.1. Seguridad
 - 4.8.2. Gobernanza
- 4.9. Aplicaciones reales a Proyectos Informáticos
 - 4.9.1. De la Recolección al Procesamiento
 - 4.9.2. Del Análisis a la Visualización
- 4.10. Dirección de un Proyecto
 - 4.10.1. Proyecto
 - 4.10.2. Toma de Requisitos y Objetivos
 - 4.10.3. Puesta en marcha y ejecución

Módulo 5. Monitoreo y Control Estratégico de Proyectos Informáticos

- 5.1. El Dato y la Información para la Toma de Decisiones y la Dirección de Proyectos
 - 5.1.1. Inteligencia de Negocio
 - 5.1.2. Evolución del concepto de Inteligencia de Negocio
 - 5.1.3. Ciclo de Vida del Dato
- 5.2. Técnicas para Análisis de Información
 - 5.2.1. Analítica Descriptiva
 - 5.2.2. Analítica Prescriptiva
 - 5.2.3. Analítica Predictiva
 - 5.2.4. Análisis de patrones y recomendaciones
 - 5.2.5. Aportaciones del Análisis en Proyectos Informáticos



- 5.3. Tipos de Datos
 - 5.3.1. Datos Estructurados
 - 5.3.2. Datos Semi Estructurados
 - 5.3.3. Datos No Estructurados
- 5.4. Almacenamiento y Gestión
 - 5.4.1. *Data Lake, Data Warehouse y Data Mart*
 - 5.4.2. Etapas en la Gestión del Dato: extracción, transformación y carga
 - 5.4.3. Paradigma ETL y ELT
- 5.5. Gestión del Dato para Implantación de un Proyecto
 - 5.5.1. Uso del Dato en el Diseño de un Proyecto
 - 5.5.2. Toma de Decisiones
 - 5.5.3. Aportaciones
- 5.6. Soluciones de Inteligencia de Negocio: *Power BI*
 - 5.6.1. Ecosistema
 - 5.6.2. Posibles fortalezas y debilidades
- 5.7. Soluciones de Inteligencia de Negocio: *Tableau*
 - 5.7.1. Ecosistema
 - 5.7.2. Fortalezas y debilidades
- 5.8. Soluciones de Inteligencia de Negocio: *Qlik*
 - 5.8.1. Ecosistema
 - 5.8.2. Posibles fortalezas y debilidades
- 5.9. Soluciones de Inteligencia de Negocio: *Prometeus*
 - 5.9.1. Ecosistema
 - 5.9.2. Posibles fortalezas y debilidades
- 5.10. El futuro de la Inteligencia de Negocio
 - 5.10.1. Aplicaciones en la Nube
 - 5.10.2. Inteligencia de Negocio de Autoconsumo
 - 5.10.3. Integración con Data Science. Generación de valor

Módulo 6. Analítica Digital para la Toma de Decisiones en Proyectos Tecnológicos

- 6.1. Analítica Digital
 - 6.1.1. Analítica Digital
 - 6.1.2. *Modus operandi*
- 6.2. *Google Analytics*: Herramienta de Análisis
 - 6.2.1. *Google Analytics*
 - 6.2.2. Cuantificar y Cualificar: Métricas y Dimensiones
 - 6.2.3. Objetivos del Análisis
- 6.3. Métricas
 - 6.3.1. Métricas básicas
 - 6.3.2. KPI (Key Performance Indicators) o Métricas Avanzadas
 - 6.3.3. El objetivo: la Conversión
- 6.4. Dimensiones
 - 6.4.1. Campaña/Keyword
 - 6.4.2. Fuente/Medio
 - 6.4.3. Contenido
- 6.5. *Google Analytics*
 - 6.5.1. Instalación y Configuración de la Herramienta
 - 6.5.2. Versiones existentes en la actualidad: UA/GA4
 - 6.5.3. Objetivos de Conversión. Embudos de Conversión
- 6.6. Estructura de *Google Analytics*: áreas de trabajo
 - 6.6.1. Cuentas
 - 6.6.2. Propiedades
 - 6.6.3. Vistas
- 6.7. Informes de *Google Analytics*
 - 6.7.1. En tiempo real
 - 6.7.2. Audiencia
 - 6.7.3. Adquisición
 - 6.7.4. Comportamiento
 - 6.7.5. Conversiones

- 6.8. Informes Avanzados de *Google Analytics*
 - 6.8.1. Informes Personalizados
 - 6.8.2. Paneles
 - 6.8.3. API
- 6.9. Filtrado
 - 6.9.1. Filtrado y Segmentación. Usabilidad
 - 6.9.2. Segmentos Predefinidos y Segmentos Personalizados
 - 6.9.3. Listas de *Remarketing*
- 6.10. Plan de Analítica Digital
 - 6.10.1. Medición
 - 6.10.2. Implementación en el Entorno Tecnológico
 - 6.10.3. Conclusiones

Módulo 7. Mejora de Proyectos Informáticos y Negocios Mediante Técnicas Analíticas

- 7.1. La Analítica de Datos en las Empresas
 - 7.1.1. La analítica de Datos en las Empresas
 - 7.1.2. El valor
 - 7.1.3. Gestión de Proyectos según el Valor
- 7.2. Marketing Digital
 - 7.2.1. Marketing Digital
 - 7.2.2. Beneficios del Marketing Digital
- 7.3. Marketing Digital. Preparación
 - 7.3.1. Campañas
 - 7.3.2. Ejecución y medición
 - 7.3.3. Variantes de Estrategia Digital
 - 7.3.4. Planificación
- 7.4. Marketing Digital. Ejecución
 - 7.4.1. Aplicaciones
 - 7.4.2. Integración en Entornos Web
- 7.5. Ciclo de Vida
 - 7.5.1. Customer Journey vs. Campañas
 - 7.5.2. Medición

- 7.6. Gestión del Dato
 - 7.6.1. *Datawarehouse* y *Datalab*
 - 7.6.2. Aplicaciones para la Generación de Bases de Campañas
 - 7.6.3. Opciones de Accionamiento
 - 7.7. Exclusiones de Campañas
 - 7.7.1. Tipos
 - 7.7.2. GDPR y Robinson
 - 7.7.3. Anonimización del Dato
 - 7.8. Cuadros de Mandos
 - 7.8.1. Audiencia
 - 7.8.2. *Story-Telling*
 - 7.8.3. Aplicaciones
 - 7.9. Conclusiones de Valor en Analítica de Datos
 - 7.9.1. Visión Global del Cliente
 - 7.9.2. Estrategia del Análisis y tipos
 - 7.9.3. Aplicaciones
 - 7.10. Aplicación en Escenarios Empresariales
 - 7.10.1. *Clustering* de Cartera
 - 7.10.2. Modelos Predictivos de Riesgo
 - 7.10.3. Caracterización de Clientes de Cartera
 - 7.10.4. Tratamiento de Imágenes
 - 7.10.5. Modelos de Proposición de Oferta
-
- 8.1. Calidad del Software
 - 8.1.1. Metodologías y Normativas
 - 8.1.2. Informes de Calidad de Software: Informe Chaos de *Standish Group*
 - 8.1.3. Certificaciones de Calidad de Software: ISO, AENOR
 - 8.2. Codificación Segura
 - 8.2.1. Codificación: razones y tipos de Códigos
 - 8.2.2. Reglas de Codificación
 - 8.3. Calidad de los Datos mediante la Validación de Entrada
 - 8.3.1. Captura eficiente de Datos
 - 8.3.2. Métodos de *"Data-Entry"*: OCR, *Keyboard*, RFID, etc.
 - 8.3.3. Test y Pruebas de Validación de Datos
 - 8.4. Gestión de Calidad Total: *Six Sigma*
 - 8.4.1. TQM
 - 8.4.2. *Six Sigma*: metodología y Cultura
 - 8.4.3. Diseño Sistemas *"Top Down"* y Programación Modular
 - 8.4.4. Documentación: Método Documentación Folklore
 - 8.5. Pruebas, mantenimiento y auditorías
 - 8.5.1. Procesos de Test
 - 8.5.2. Uso de Datos de Test
 - 8.5.3. Auditorías y Auditores Externos
 - 8.6. Calidad de Productos Implementados en Redes
 - 8.6.1. Tecnología *"Client-Server"*
 - 8.6.2. Tecnología *"Cloud Computing"*
 - 8.7. Formación a Usuarios
 - 8.7.1. Estrategias de Formación a Usuarios
 - 8.7.2. Guías de Formación
 - 8.8. Estrategias Conversión/Migración a Nuevos Sistemas
 - 8.8.1. Estrategias de Migración: Paralelo, Gradual
 - 8.8.2. Plan de Migración/Conversión
 - 8.8.3. Gestión de los Propietarios de los Datos
 - 8.9. Seguridad
 - 8.9.1. Seguridad Física y Lógica: destrucción de documentos
 - 8.9.2. Comercio Electrónico
 - 8.9.3. Plan *"Disaster-Recovery"*
 - 8.10. Evaluación
 - 8.10.1. Técnicas de Evaluación de Calidad
 - 8.10.2. Evaluación en Entornos Web

Módulo 8. Calidad en Dirección e Implementación de Proyectos Software

Módulo 9. Cumplimiento Normativo para la Seguridad de Información en Proyectos Tecnológicos

- 9.1. Normativa de Protección de Datos
 - 9.1.1. Marco Normativo
 - 9.1.2. Sujetos obligados al Cumplimiento de la Normativa
 - 9.1.2.1. Responsables, corresponsables y encargados de tratamiento
 - 9.1.3. La figura del Delegado de Protección de Datos
- 9.2. Tratamiento de los Datos Personales
 - 9.2.1. Licitud, lealtad y transparencia
 - 9.2.2. Limitación de la finalidad
 - 9.2.3. Minimización de Datos, exactitud y limitación del Plazo de Conservación
 - 9.2.4. Integridad y confidencialidad
 - 9.2.5. Responsabilidad Proactiva
- 9.3. Protección de Datos desde el Diseño y por Defecto
 - 9.3.1. Seudonimización de Datos
 - 9.3.2. Minimización de Datos
 - 9.3.3. Medidas Organizativas acordes a la finalidad del tratamiento
- 9.4. Bases de licitud o legitimación y habilitaciones para el tratamiento. Comunicación de Datos
 - 9.4.1. Consentimiento
 - 9.4.2. Relación Contractual o medidas Precontractuales
 - 9.4.3. Cumplimiento de una Obligación Legal
 - 9.4.4. Protección de Intereses Vitales del interesado u otra persona
 - 9.4.5. Interés Público o ejercicio de Poderes Públicos
 - 9.4.6. Interés Legítimo: Ponderación de Intereses
- 9.5. Derechos de los individuos
 - 9.5.1. Transparencia e Información
 - 9.5.2. Acceso
 - 9.5.3. Rectificación y Supresión (derecho al olvido), Limitación y Portabilidad
 - 9.5.4. Oposición y Decisiones Individuales Automatizadas
 - 9.5.5. Limitaciones a los Derechos
- 9.6. Análisis y Gestión de Riesgos de Tratamientos de Datos Personales
 - 9.6.1. Identificación de riesgos y amenazas para los Derechos y Libertades de las Personas Físicas
 - 9.6.2. Evaluación de riesgos
 - 9.6.3. Plan de Tratamiento de Riesgos

- 9.7. Técnicas para garantizar el cumplimiento de la Normativa de Protección de Datos
 - 9.7.1. Identificación de Medidas de Responsabilidad Proactiva
 - 9.7.2. Registro de Actividades de Tratamiento
 - 9.7.3. Gestión de Brechas de Seguridad
 - 9.7.4. Códigos de Conducta y Certificaciones
- 9.8. La Evaluación de Impacto relativa a la Protección de los Datos Personales (EIPD o DPIA)
 - 9.8.1. Estudio de Necesidad de la EIPD
 - 9.8.2. Metodología de Evaluación
 - 9.8.3. Identificación de riesgos y amenazas
 - 9.8.4. Consulta previa a la Autoridad de Control
- 9.9. Seguridad de la Información
 - 9.9.1. Marcos Normativos de Seguridad
 - 9.9.2. La Evaluación y Certificación de Productos de Seguridad TIC
 - 9.9.3. Catálogo de Productos y Servicios STIC (CPSTIC)
- 9.10. Las Autoridades de Control. Infracciones y Sanciones
 - 9.10.1. Infracciones
 - 9.10.2. Sanciones
 - 9.10.3. Procedimiento Sancionador
 - 9.10.4. Las Autoridades de Control y Mecanismos de Cooperación

Módulo 10. Gestión de Equipos en Proyectos Informáticos

- 10.1. Gestión de Equipos
 - 10.1.1. Las Habilidades Directivas
 - 10.1.2. La Gestión del Capital Humano y las Funciones Directivas
 - 10.1.3. Clasificación y tipos de Habilidades Directivas
 - 10.1.4. Gestión de Liderazgo de Grupos en las Empresas
- 10.2. *Team Building*
 - 10.2.1. Dirección de Equipos
 - 10.2.2. Evaluación del Desempeño
 - 10.2.3. Delegación y *Empowerment*
 - 10.2.4. Gestión del Compromiso



- 10.3. Equipo de Trabajo
 - 10.3.1. Cultura: Misión, Visión, Valores
 - 10.3.2. Planeación y Estrategia
 - 10.3.3. Organización y Seguimiento
 - 10.3.4. *Feedback* y *feedforward*
 - 10.3.5. Evaluación de resultados
- 10.4. Etapas en la Formación de Equipo
 - 10.4.1. Etapa de Dependencia
 - 10.4.2. Etapa de Contradependencia
 - 10.4.3. Etapa de Independencia
 - 10.4.4. Etapa de Interdependencia
- 10.5. Organización de Proyectos Informáticos
 - 10.5.1. Planificación en la Empresa
 - 10.5.2. Planificación del Tiempo
 - 10.5.3. Planificación de Recursos
 - 10.5.4. Planificación de los Costes
- 10.6. *Talent Management* en la Empresa
 - 10.6.1. El Talento
 - 10.6.2. Gestión del Talento
 - 10.6.3. Dimensiones del Talento
 - 10.6.4. Atracción del Talento
- 10.7. La Comunicación en la Empresa
 - 10.7.1. El proceso de comunicación en la empresa
 - 10.7.1.1. Las relaciones y la Comunicación Interna de la Empresa
 - 10.7.1.2. La relación entre Organización y Comunicación en la Empresa: Centralización o Descentralización
 - 10.7.1.3. Herramientas de Comunicación Interna y Externa
 - 10.7.2. Relaciones Interpersonales en la Empresa
 - 10.7.2.1. La Comunicación y el Conflicto Interpersonal
 - 10.7.2.2. Filtros y Barreras de la Comunicación
 - 10.7.2.3. La Crítica y la Escucha Activa
 - 10.7.2.4. Técnicas para la Escucha Activa

- 10.8. Técnicas de Negociación en la Empresa
 - 10.8.1. La Negociación en el Ámbito Directivo de las Empresas Tecnológicas
 - 10.8.1.1. Negociación
 - 10.8.1.2. Estilos de Negociación
 - 10.8.1.3. Fases de la Negociación
 - 10.8.2. Técnicas de Negociación
 - 10.8.2.1. Estrategias y Tácticas de Negociación
 - 10.8.2.2. Tipos de Negociación
 - 10.8.3. La figura del Sujeto Negociador
 - 10.8.3.1. Características del Negociador
 - 10.8.3.2. Clases de Negociadores
 - 10.8.3.3. La Psicología en la Negociación
- 10.9. *Coaching* y Dirección Empresarial
 - 10.9.1. *Coaching* Empresarial
 - 10.9.2. La Práctica del *Coaching*
 - 10.9.3. *Coaching* en las organizaciones
- 10.10. *Mentoring* y Dirección Empresarial
 - 10.10.1. El *Mentoring*
 - 10.10.2. Los 4 Procesos de un Programa de *Mentoring*
 - 10.10.2.1. Procesos
 - 10.10.2.2. La figura del Mentor en la Empresa
 - 10.10.2.3. Figura del Protegido en la Empresa Tecnológica
 - 10.10.3. Beneficios del *Mentoring* en la Empresa
 - 10.10.3.1. Beneficios para la Organización: Mentor y Mentorizado
 - 10.10.4. Diferencias entre *Mentoring* y *Coaching*

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 humanos
- 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. 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. Marketing
 - 14.2.1. Concepto de Marketing
 - 14.2.2. Elementos básicos del marketing
 - 14.2.3. Actividades de marketing de la empresa
- 14.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
 - 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 14.4. Marketing digital y comercio electrónico
 - 14.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
 - 14.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
 - 14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
 - 14.4.4. Categorías del comercio electrónico
 - 14.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional
- 14.5. Marketing digital para reforzar la marca
 - 14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hipersegmentación
- 14.7. Gestión de campañas digitales
 - 14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
 - 14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
 - 14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 14.8. Estrategia de ventas
 - 14.8.1. Estrategia de ventas
 - 14.8.2. Métodos de ventas

- 14.9. Comunicación Corporativa
 - 14.9.1. Concepto
 - 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 14.9.5. Elementos de la comunicación
 - 14.9.6. Problemas de la comunicación
 - 14.9.7. Escenarios de la comunicación
- 14.10. Comunicación y reputación digital
 - 14.10.1. Reputación online
 - 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
 - 14.10.3. Herramientas de reputación online
 - 14.10.4. Informe de reputación online
 - 14.10.5. *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. Dirección de operaciones
 - 15.2.1. Importancia de la dirección
 - 15.2.2. La cadena de valor
 - 15.2.3. Gestión de calidad
- 15.3. Comunicación en situaciones de crisis
 - 15.3.1. Crisis
 - 15.3.2. Fases de la crisis
 - 15.3.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 15.4. Preparación de un plan de crisis
 - 15.4.1. Análisis de posibles problemas
 - 15.4.2. Planificación
 - 15.4.3. Adecuación del personal

- 15.5. Inteligencia emocional
 - 15.5.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 15.5.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 15.5.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.6. *Branding* Personal
 - 15.6.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 15.6.2. Leyes del branding personal
 - 15.6.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 15.7. Liderazgo y gestión de equipos
 - 15.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 15.7.2. Capacidades y desafíos del Líder
 - 15.7.3. Gestión de Procesos de Cambio
 - 15.7.4. Gestión de Equipos Multiculturales



El objetivo de este programa es ayudarte a alcanzar tu sueño de encabezar grandes proyectos. Matricúlate y no dejes pasar la oportunidad de dar un salte de calidad a tu carrera profesional”

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



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



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de Informática del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000. graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



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 las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

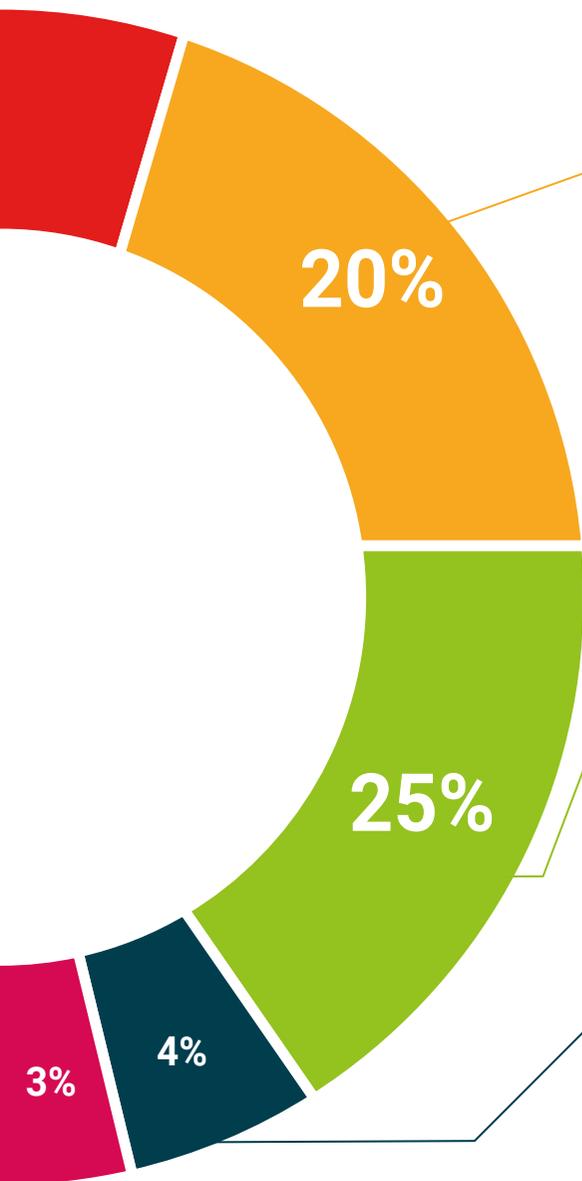
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



07

Titulación

El MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Universidad Latinoamericana y del Caribe.



“

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



Máster Título Propio
MBA en Dirección Avanzada
de Proyectos Tecnológicos
(CTO, Chief Technology Officer)

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad ULAC**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Máster Título Propio

MBA en Dirección Avanzada
de Proyectos Tecnológicos
(CTO, Chief Technology Officer)