

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 FUNDEPOS
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/informatica/master/master-mba-direccion-avanzada-proyectos-tecnologicos-cto-chief-technology-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. 28

05

Salidas profesionales

pág. 34

06

Licencias de software incluidas

pág. 38

07

Metodología de estudio

pág. 42

08

Cuadro docente

pág. 52

09

Titulación

pág. 74

01

Presentación del programa

Liderar Proyectos Tecnológicos hoy implica mucho más que conocimientos técnicos: requiere visión estratégica, adaptación constante y habilidades de gestión avanzada. En un mundo marcado por la aceleración digital, el rol del *Chief Technology Officer* se ha convertido en clave para transformar organizaciones. Según el Foro Económico Internacional, más del 80 % de las empresas están acelerando sus procesos de digitalización para seguir siendo competitivas. En ese contexto, TECH ofrece una propuesta innovadora y 100 % online que responde a esta demanda: una experiencia académica diseñada para preparar líderes capaces de dirigir con éxito en el entorno tecnológico actual desde la perspectiva de la Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos.



“

*Desarrollarás habilidades directivas
orientadas a liderar el cambio tecnológico
en empresas que apuestan por la
innovación como motor de crecimiento”*

En el entorno digital actual, las organizaciones dependen cada vez más de profesionales capaces de alinear la tecnología con los objetivos estratégicos del negocio. De hecho, la figura del *Chief Technology Officer* ha ganado protagonismo en este escenario, al encargarse de liderar la innovación, garantizar la escalabilidad tecnológica y anticipar los desafíos de un mercado en constante evolución. La complejidad de los sistemas, la adopción de nuevas arquitecturas y el auge de metodologías ágiles han incrementado la necesidad de expertos que no solo dominen la tecnología, sino que también sepan gestionarla de forma eficiente.

Por lo tanto, este programa universitario ofrece una inmersión profunda en la Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos, integrando conocimientos técnicos, liderazgo y visión de negocio. Asimismo, abordará temas clave como la gestión de equipos multidisciplinares, la planificación estratégica en entornos tecnológicos complejos y la toma de decisiones basada en datos. A través de este enfoque, los profesionales desarrollarán habilidades que los posicionan como referentes en sus organizaciones y aumentan significativamente su proyección profesional. Esta especialización no solo impulsa el crecimiento dentro del sector tecnológico, sino que también abre puertas hacia posiciones de alta responsabilidad.

Posteriormente, el modelo académico está diseñado para facilitar el aprendizaje activo y aplicado, mediante contenidos actualizados, casos prácticos reales y herramientas digitales utilizadas por los líderes del sector. También, la titulación universitaria permitirá comprender a fondo las dinámicas tecnológicas y organizacionales que determinan el éxito de los proyectos en el entorno digital. Esta perspectiva avanzada aporta una ventaja competitiva entornos tecnológicos.

Finalmente, la modalidad 100 % online ofrece máxima flexibilidad, permitiendo compatibilizar el avance académico con otras responsabilidades profesionales. Esta estructura permite acceder a contenidos de alto nivel desde cualquier lugar y en cualquier momento, eliminando las barreras geográficas y temporales. Así, se garantiza una experiencia adaptada al ritmo y estilo de vida del profesional actual. Además, un grupo de Directores Invitados Internacionales de prestigio impartirán exclusivas *Masterclasses* complementarias.

Este **MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology 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 Dirección de Proyectos Tecnológicos
- ♦ 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 Dirección de Proyectos Tecnológicos
- ♦ 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



*Accede a unas exclusivas
Masterclasses complementarias
de gran valor llevadas a cabo
por Directores Invitados
Internacionales de gran
experiencia y trayectoria”*

“

Potenciarás tu perfil profesional para acceder a cargos como Chief Technology Officer, responsable de transformación digital o gerente de innovación tecnológica en múltiples industrias”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Dirección de Proyectos Tecnológicos, 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.

Dirigirás Proyectos Tecnológicos complejos aplicando metodologías ágiles y frameworks avanzados que permiten entregar resultados de alto valor en entornos exigentes.

Adquirirás una visión estratégica integral que conecta el desarrollo tecnológico con la toma de decisiones clave dentro del entorno empresarial.



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.

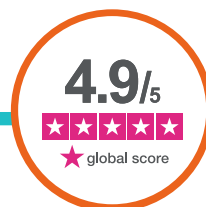
Líderes en empleabilidad

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

En un escenario donde la transformación digital redefine modelos de negocio, dominar la gestión tecnológica avanzada se ha vuelto imprescindible. Por ello, este plan de estudios articulará una visión estratégica con el dominio de herramientas y metodologías de vanguardia, necesarias para liderar proyectos en entornos altamente dinámicos. Además, combinará enfoques técnicos y de gestión que responden a los desafíos actuales del sector, impulsando perfiles capaces de tomar decisiones críticas, coordinar equipos multidisciplinares y fomentar la innovación. Así, se construirá un itinerario académico riguroso y actualizado, alineado con las demandas reales del entorno tecnológico global.





“

Dominarás el uso de herramientas digitales vanguardistas que marcan la diferencia en la planificación de proyectos tecnológicos”

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

Módulo 8. Calidad en Dirección e Implementación de Proyectos *software*

- 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 auditorias
 - 8.5.1. Procesos de Test
 - 8.5.2. Uso de Datos de Test
 - 8.5.3. Auditorias 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 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
 - 13.4.4. El Presupuesto de Tesorería
 - 13.4.5. 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





“ Gestionarás equipos multidisciplinares en organizaciones globales, desarrollando competencias en liderazgo, comunicación y coordinación técnica”

04

Objetivos docentes

Los objetivos docentes de este programa universitario responden a la necesidad de perfiles capaces de liderar con visión estratégica en el ámbito tecnológico. Para ello, se planteará una ruta de capacitación que integra competencias en dirección, innovación y gestión avanzada de proyectos. Asimismo, se buscará fortalecer en los profesionales la capacidad analítica, la toma de decisiones basada en datos y el dominio de herramientas digitales clave. De este modo, se promoverá una comprensión integral del entorno tecnológico actual, facilitando la adaptación a nuevos desafíos y la generación de soluciones efectivas en contextos de alta complejidad.



“

*Accede a una modalidad 100 %
online que permite compaginar el
estudio con la actividad profesional,
adaptándose a tus tiempos y sin
restricciones geográficas”*



Objetivos generales

- ♦ Aplicar 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 KPIs 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



Mejorarás tus capacidades analíticas mediante el uso de datos en tiempo real, visualización de métricas y análisis predictivo para tomar decisiones acertadas”





Objetivos específicos

Módulo 1. Dirección y Gestión Agile de Proyectos Tecnológicos

- ♦ Desarrollar conocimiento 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
- ♦ Entender el *framework* KANBAN para la gestión agile de Proyectos

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

- ♦ Examinar los diferentes métodos de toma de datos
- ♦ Desarrollar ejemplos de DFD's 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
- ♦ 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
- ♦ Distinguir 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 preparación de portavoces

05

Salidas profesionales

El avance constante de la tecnología ha generado una alta demanda de profesionales capaces de liderar su implementación estratégica dentro de las organizaciones. Por esta razón, las salidas profesionales vinculadas a la Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos son cada vez más amplias y especializadas. Desde puestos directivos como *Chief Technology Officer* hasta roles de liderazgo en innovación, consultoría tecnológica o gestión de transformación digital, las oportunidades se diversifican en múltiples sectores. Además, el creciente enfoque en la digitalización empresarial convierte a estos perfiles en piezas clave para la competitividad y sostenibilidad de cualquier modelo de negocio.



“

Impulsarás la innovación desde una perspectiva operativa y estratégica, aplicando soluciones tecnológicas disruptivas que generan ventajas competitivas sostenibles”

Perfil del egresado

El perfil del egresado de este programa universitario se definirá por una combinación sólida de habilidades técnicas, visión estratégica y capacidad de liderazgo en entornos tecnológicos. Gracias a una preparación integral, estará en condiciones de gestionar equipos multidisciplinarios, impulsar procesos de innovación y tomar decisiones críticas con base en análisis de datos y objetivos de negocio. Además, contará con competencias para implementar metodologías ágiles, optimizar recursos tecnológicos y anticipar tendencias del sector digital. Este enfoque le permitirá asumir con solvencia retos complejos y liderar con eficacia proyectos que requieren un profundo entendimiento tanto tecnológico como organizacional.

Identificarás ineficiencias en los sistemas actuales y establece mejoras tecnológicas que optimicen procesos, recursos y resultados.

- ♦ **Pensamiento estratégico:** integrar la tecnología en la planificación corporativa, orientando los proyectos hacia objetivos de alto impacto organizacional
- ♦ **Liderazgo digital:** coordinar y motivar equipos multidisciplinarios en contextos tecnológicos dinámicos, promoviendo la innovación continua
- ♦ **Toma de decisiones basada en datos:** dominar herramientas analíticas para interpretar información clave y optimizar resultados en escenarios complejos
- ♦ **Adaptabilidad al cambio:** anticipar y gestionar transformaciones tecnológicas, garantizando respuestas eficaces en entornos de incertidumbre





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

1. **Chief Technology Officer:** líder de la estrategia tecnológica de una organización, supervisando la innovación, el desarrollo de productos digitales y la alineación con los objetivos del negocio.
2. **Director de Proyectos Tecnológicos:** gestor de proyectos complejos de transformación digital, asegurando tiempos, recursos y calidad en la entrega de soluciones tecnológicas.
3. **Consultor en Transformación Digital:** asesor de empresas en la adopción de tecnologías emergentes y mejora de procesos mediante soluciones digitales.
4. **Gerente de Innovación Tecnológica:** encargado de impulsar iniciativas tecnológicas disruptivas, identifica oportunidades de mejora y coordina su implementación en la organización.
5. **Responsable de Sistemas de Información:** responsable de dirigir la infraestructura tecnológica y los sistemas de información asegurando eficiencia, seguridad y soporte operativo.
6. **Especialista en Estrategia Digital:** dedicado al diseño y ejecución de planes estratégicos que integran la tecnología como motor de crecimiento y diferenciación competitiva.
7. **Líder de Equipos de Desarrollo:** coordinador de equipos técnicos en el diseño y ejecución de soluciones digitales alineadas a los objetivos del proyecto.
8. **Gestor de Arquitectura Tecnológica:** responsable de diseñar y supervisar la estructura de sistemas y plataformas para garantizar su escalabilidad, rendimiento y alineación con el negocio.

06

Licencias de software incluidas

TECH es referencia en el mundo universitario por combinar la última tecnología con las metodologías docentes para potencial el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para ello, ha establecido una red de alianzas que le permite tener acceso a las herramientas de software más avanzadas del mundo profesional.



“

Al matricularte recibirás, de forma completamente gratuita, las credenciales de uso académico de las siguientes aplicaciones de software profesional”

TECH ha establecido una red de alianzas profesionales en la que se encuentran los principales proveedores de software aplicado a las diferentes áreas profesionales. Estas alianzas permiten a TECH tener acceso al uso de centenares de aplicaciones informáticas y licencias de software para acercarlas a sus estudiantes.

Las licencias de software para uno académico permitirán a los estudiantes utilizar las aplicaciones informáticas más avanzadas en su área profesional, de modo que podrán conocerlas y aprender su dominio sin tener que incurrir en costes. TECH se hará cargo del procedimiento de contratación para que los alumnos puedan utilizarlas de modo ilimitado durante el tiempo que estén estudiando el programa de Máster Título Propio MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer), y además lo podrán hacer de forma completamente gratuita.

TECH te dará acceso gratuito al uso de las siguientes aplicaciones de software:



Google Career Launchpad

Google Career Launchpad es una solución para desarrollar habilidades digitales en tecnología y análisis de datos. Con un valor estimado de **5.000 dólares**, se incluye de forma **gratuita** en el programa universitario de TECH, brindando acceso a laboratorios interactivos y certificaciones reconocidas en el sector.

Esta plataforma combina capacitación técnica con casos prácticos, usando tecnologías como BigQuery y Google AI. Ofrece entornos simulados para experimentar con datos reales, junto a una red de expertos para orientación personalizada.

Funcionalidades destacadas:

- ♦ **Cursos especializados:** contenido actualizado en cloud computing, machine learning y análisis de datos
- ♦ **Laboratorios en vivo:** prácticas con herramientas reales de Google Cloud sin configuración adicional
- ♦ **Certificaciones integradas:** preparación para exámenes oficiales con validez internacional
- ♦ **Mentorías profesionales:** sesiones con expertos de Google y partners tecnológicos
- ♦ **Proyectos colaborativos:** retos basados en problemas reales de empresas líderes

En conclusión, **Google Career Launchpad** conecta a los usuarios con las últimas tecnologías del mercado, facilitando su inserción en áreas como inteligencia artificial y ciencia de datos con credenciales respaldadas por la industria.



“

Gracias a TECH podrás utilizar gratuitamente las mejores aplicaciones de software de tu área profesional”

07

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

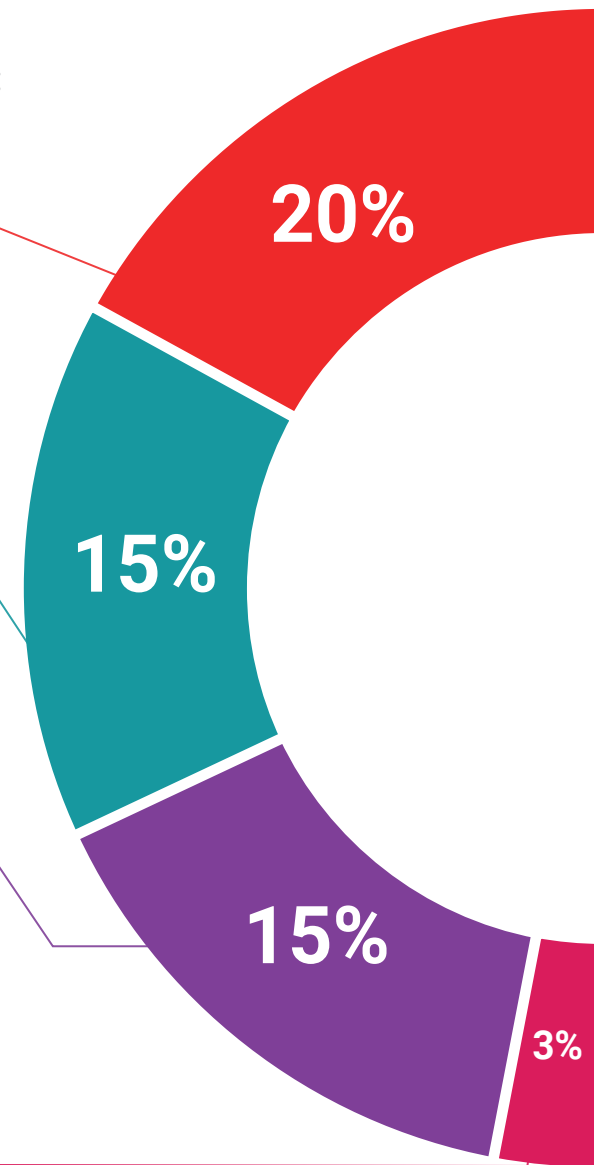
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

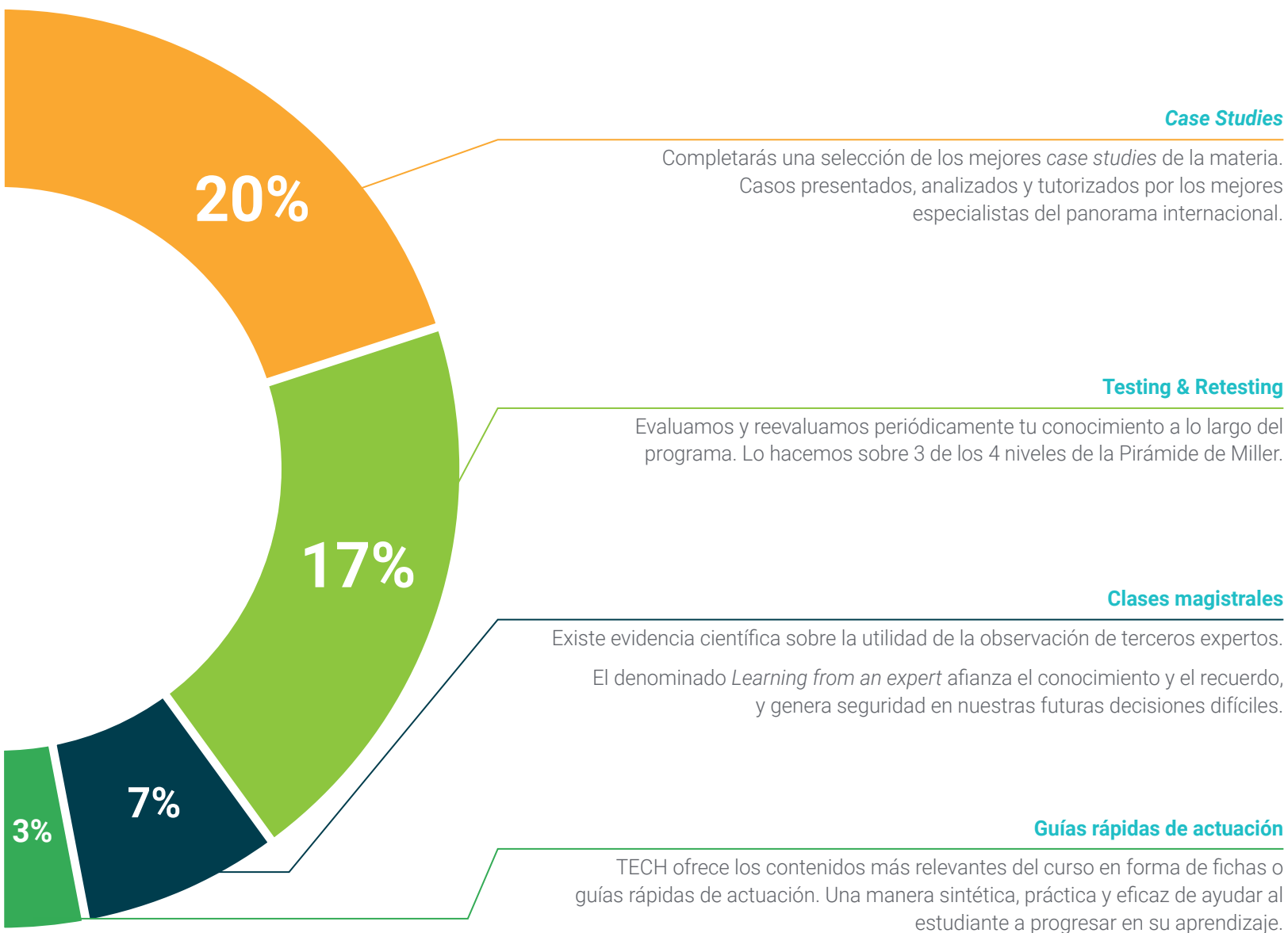
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





08

Cuadro docente

El cuadro docente de esta titulación universitaria está conformado por profesionales en activo con amplia trayectoria en la Gestión Tecnológica y la Dirección de Proyectos complejos. Gracias a su experiencia directa en empresas líderes del sector, aportan una visión práctica y actualizada de los desafíos reales del entorno digital. Además, combinan conocimientos académicos con casos aplicados, lo que permite trasladar el aprendizaje al contexto profesional de forma efectiva. Este enfoque, centrado en la excelencia y la aplicabilidad, garantiza una experiencia enriquecedora que conecta teoría, innovación y práctica desde una perspectiva global y estratégica.



“

El equipo docente de este programa universitario está confeccionado por auténticas referencias en la Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

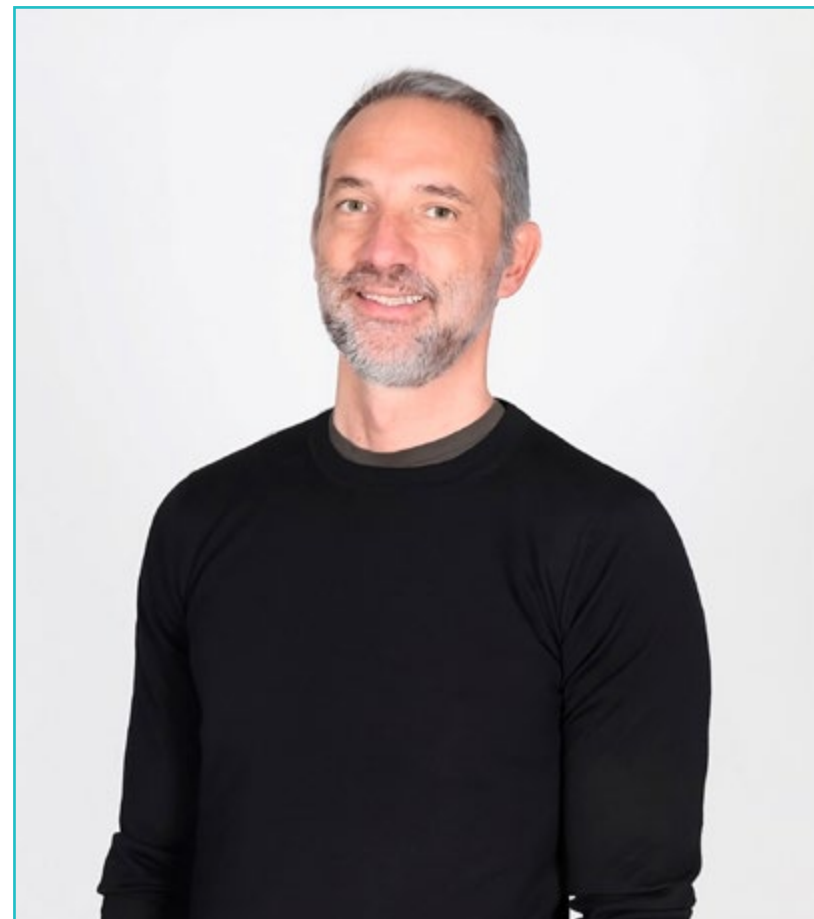
Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto** en el **entorno de la Moda**. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello, ligado a marcas de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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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



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

Dirección



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO y CTO en Prometeus Global Solutions
- CTO en Korporate Technologies
- CTO en AI Shepherds GmbH
- Consultor y Asesor Estratégico Empresarial en Alliance Medical
- Director de Diseño y Desarrollo en DocPath
- Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela
- Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Máster en Executive MBA por la Universidad Isabel I
- Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Isabel I
- Máster Experto en Big Data por Formación Hadoop
- Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Miembro de: Grupo de Investigación SMILE

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 EMEA de Amazon Web Services
- ♦ 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
- ♦ Gerente de Implementación de Servicios Internacionales en Vodafone Global Enterprise
- ♦ Consultor de Soluciones para España y Portugal en Telvent Global Services
- ♦ 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

- ♦ Director Técnico en Indra Sistemas SA
- ♦ Ingeniero de Sistemas en ENA TRÁFICO SAU
- ♦ Máster en Industria 4.0. por la Universidad en Internet
- ♦ Máster en Ingeniería Industrial por la Universidad Europea
- ♦ Grado en Ingeniería en Electrónica Industrial y Automática por la Universidad Europea
- ♦ Ingeniero Técnico Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid

D. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Responsable de Capacitaciones Técnicas en Securitas Seguridad España
- ♦ Especialista en Educación, Negocios y Marketing
- ♦ *Product Manager* en Seguridad Electrónica en Securitas Seguridad España
- ♦ Analista de Inteligencia Empresarial en Ricopia Technologies
- ♦ Técnico Informático y Responsable de Aulas informáticas OTEC en la Universidad de Alcalá de Henares
- ♦ Colaboradora en la Asociación ASALUMA
- ♦ Grado en Ingeniería Electrónica de Comunicaciones en la Escuela Politécnica Superior, Universidad de Alcalá de Henares

D. García Niño, Pedro

- ♦ Especialista en Posicionamiento Web y SEO
- ♦ Director de ventas de servicios informáticos en Camuñase y Electrocamuñas
- ♦ Técnico especialista en hardware y software en Camuñase y Electrocamuñas
- ♦ Especialista en Google Ads (PPC y SEM)
- ♦ Especialista en SEO On Page y Off Page
- ♦ Especialista en Analítica de Marketing Digital y Medición de Resultados

Dña. García La O, Marta

- ◆ Especialista en Marketing Digital y Redes Sociales
- ◆ Gestión, administración y *Account Management* en Think Planificación y Desarrollo SI
- ◆ Instructora formativa de altos directivos en Think Planificación y Desarrollo SI
- ◆ Especialista en Marketing en Versas Consultores
- ◆ Diplomada en Ciencias Empresariales por la Universidad de Murcia
- ◆ Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Fundesem Business School

Dña. Palomino Dávila, Cristina

- ◆ Consultora de Protección de Datos y Seguridad de la Información en Grupo Oesía
- ◆ Auditora interna en la Subdirección de Auditoría - Secretaría General de Compañía Logística de Hidrocarburos CLH (actual Exolum)
- ◆ Consultora en el Área de Relaciones Jurídicas Corporativas en el Canal de Isabel II
- ◆ Consultora y Auditora en Helas Consultores SL
- ◆ Consultora y Auditora en Alaro Avant
- ◆ Abogada en el Área de Nuevas Tecnologías en Lorenzo Abogados
- ◆ 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)
- ◆ Miembro de: Asociación Profesional Española de Privacidad (APEP) y ISMS Forum





“

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

09

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 Universidad FUNDEPOS.



“

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

El programa del **MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos (CTO, Chief Technology Officer)** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

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

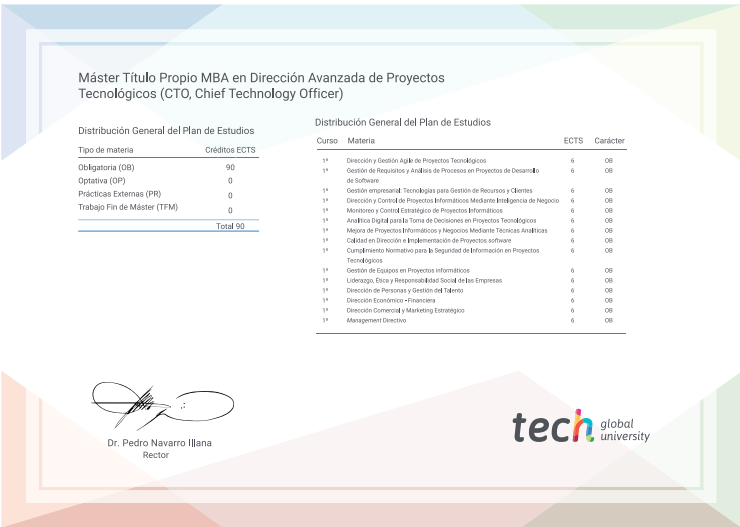
Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional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

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

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



Máster Título Propio

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

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

Máster Título Propio

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