# Máster Título Propio

## MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa

Aval/Membresía

tech global university

# Máster Título Propio
## MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa

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

Acceso web: **www.techtitute.com/informatica/master/master-mba-direccion-tecnica-data-science-empresa**

# Índice


01 Presentación del programa — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 8

03 Plan de estudios — pág. 12

04 Objetivos docentes — pág. 26

05 Salidas profesionales — pág. 32

06 Licencias de software incluidas — pág. 36

07 Metodología de estudio — pág. 40

08 Cuadro docente — pág. 50

09 Titulación — pág. 72

01

# Presentación del programa

La Dirección Técnica de *Data Science* representa hoy un componente esencial para el diseño de estrategias corporativas sostenidas en evidencia cuantificable. De hecho, las organizaciones demandan profesionales con capacidad para liderar proyectos analíticos complejos y conectar el valor del dato con la toma de decisiones. Según un informe de la Organización de las Naciones Unidas, el 76 % de las instituciones consideran que el análisis de datos será clave para optimizar su competitividad. Por eso, los expertos requieren disponer de un conocimiento integral sobre el uso de modelos predictivos y los sistemas de almacenamiento escalables modernos para procesar grandes volúmenes de informaciones. Ante esto, TECH presenta una innovadora titulación universitaria online enfocada en el uso estratégico de los datos.

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

La irrupción de la Ciencia de Datos en los procesos empresariales está redefiniendo la manera en que las organizaciones conciben la estrategia corporativa. Por ejemplo, su capacidad para transformar informaciones en conocimiento accionable permite a las compañías anticiparse a tendencias, optimizar sus operaciones y tomar decisiones fundamentadas. En este contexto, los profesionales necesitan desarrollar competencias avanzadas en para el óptimo manejo de herramientas de la *Data Science*. Esto les permitirá garantizar que los tratamientos de los datos sean eficientes.

Con el objetivo de facilitarles esta labor, TECH lanza un exclusivo Máster Título Propio MBA en Dirección Técnica de *Data Science* en la Empresa. Diseñado por referencias en este sector, el itinerario académico profundizará en aspectos que van desde el abordaje técnico de los sistemas de gestión de información hasta el análisis detallado del ciclo de vida del dato. Asimismo, el temario brindará herramientas de última generación para la recolección, limpieza e incluso modelado de la información. En este sentido, los materiales didácticos también ahondarán en los fundamentos normativos relacionados con la protección de dato. Gracias a esto, los alumnos desarrollarán competencias avanzadas para diseñar infraestructuras escalables, gestionar flujos masivos de datos en tiempo real y desplegar servicios en arquitecturas de alta disponibilidad.

En lo que respecta a la metodología, TECH emplea su disruptivo sistema del *Relearning* basada la reiteración natural y progresiva de los conceptos claves del temario. Para acceder al Campus Virtual, los informáticos solo requerirán un dispositivo con conexión a internet. Adicionalmente, unos reconocidos Directores Invitados Internacionales impartirán unas rigurosas *Masterclasses*.

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

Este **MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa** 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 Técnica de *Data Science* en el entorno empresarial
- 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
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

*Unos reputados Directores Invitados internacionales ofrecerán unas intensivas Masterclasses sobre las últimas tendencias en la Dirección Técnica de Data Science en la Empresa"*

*Con el sistema Relearning de TECH no tendrás que invertir una gran cantidad de horas de estudio y te focalizarás en los conceptos más relevantes. ¡Matricúlate ya!"*

*Dispondrás de un conocimiento integral sobre los sistemas de gestión de datos y su aplicación estratégica en el entorno corporativo.*

*Manejarás las técnicas más sofisticadas de recolección, limpieza y almacenamientos de grandes volúmenes de informaciones.*

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de Dirección Técnica de Data Science en la Empresa, 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.

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».

### El mejor claustro docente top internacional

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

### 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.

### 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.

### 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.

### La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

### Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.

### Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.

### La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.

03

# Plan de estudios

Este itinerario académico profundizará en los aspectos esenciales para asumir responsabilidades en la Dirección Técnica de *Data Science* en la Empresa. Así, el temario abordará las normativas clave para la gestión responsable de datos, lo que le permitirá al profesional actuar conforme a marcos regulatorios exigentes y garantizar la integridad de la información. Asimismo, los materiales didácticos explorarán las particularidades de los sistemas escalables para el uso masivo de informaciones sensibles, indispensables en entornos corporativos de alta demanda. Además, se proporcionarán herramientas modernas para diseñar arquitecturas robustas que respondan a necesidades reales de negocio.

*Integrarás infraestructuras de datos basadas en sistemas escalables, distribuidas y orientadas a múltiples servicios"*

## **Módulo 1.** Principales sistemas de gestión de información

1.1. ERP y CRM
- 1.1.1. El ERP
- 1.1.2. El CRM
- 1.1.3. Diferencias entre ERP, CRM. Punto de venta
- 1.1.4. Éxito empresarial

1.2. El ERP
- 1.2.1. El ERP
- 1.2.2. Tipos de ERP
- 1.2.3. Desarrollo de un proyecto de implantación de un ERP
- 1.2.4. ERP. Optimizador de recursos
- 1.2.5. Arquitectura de un sistema ERP

1.3. Información aportada por el ERP
- 1.3.1. Información aportada por el ERP
- 1.3.2. Ventajas e inconvenientes
- 1.3.3. La información

1.4. Sistemas ERP
- 1.4.1. Sistemas y herramientas actuales de ERP
- 1.4.2. Toma de decisiones
- 1.4.3. Día a día con un ERP

1.5. CRM: el proyecto de implantación
- 1.5.1. El CRM. Proyecto de implantación
- 1.5.2. El CRM como herramienta comercial
- 1.5.3. Estrategias para el sistema de información

1.6. CRM: Fidelización de clientes
- 1.6.1. Punto de partida
- 1.6.2. Vender o fidelizar
- 1.6.3. Factores de éxito en nuestro sistema de fidelización
- 1.6.4. Estrategias multicanal
- 1.6.5. Diseño de las acciones de fidelización
- 1.6.6. E-fidelización

1.7. CRM: campañas de comunicación
- 1.7.1. Acciones y planes de comunicación
- 1.7.2. Importancia del cliente informado
- 1.7.3. La escucha al cliente

1.8. CRM: prevención de insatisfechos
- 1.8.1. Las bajas de cliente
- 1.8.2. Detección de errores a tiempo
- 1.8.3. Procesos de mejora
- 1.8.4. Recuperación del cliente insatisfecho

1.9. CRM: acciones especiales de comunicación
- 1.9.1. Objetivos y planificación de un evento en la empresa
- 1.9.2. Diseño y realización del evento
- 1.9.3. Acciones desde el departamento
- 1.9.4. Análisis de resultados

1.10. El marketing relacional
- 1.10.1. Implantación. Errores
- 1.10.2. Metodología, segmentación y procesos
- 1.10.3. Actuación, según el departamento
- 1.10.4. Herramientas CRM

## **Módulo 2.** Tipos y ciclo de vida del dato

2.1. La estadística
- 2.1.1. Estadística: estadística descriptiva, estadística inferencias
- 2.1.2. Población, muestra, individuo
- 2.1.3. Variables: definición, escalas de medida

2.2. Tipos de datos estadísticos
- 2.2.1. Según tipo
  - 2.2.1.1. Cuantitativos: datos continuos y datos discretos
  - 2.2.1.2. Cualitativos: datos binomiales, datos nominales y datos ordinales
- 2.2.2. Según su forma
  - 2.2.2.1. Numérico
  - 2.2.2.2. Texto
  - 2.2.2.3. Lógico

2.2.3. Según su fuente
2.2.3.1. Primarios
2.2.3.2. Secundarios
2.3. Ciclo de vida de los datos
2.3.1. Etapas del ciclo
2.3.2. Hitos del ciclo
2.3.3. Principios FAIR
2.4. Etapas iniciales del ciclo
2.4.1. Definición de metas
2.4.2. Determinación de recursos necesarios
2.4.3. Diagrama de Gantt
2.4.4. Estructura de los datos
2.5. Recolección de datos
2.5.1. Metodología de recolección
2.5.2. Herramientas de recolección
2.5.3. Canales de recolección
2.6. Limpieza del dato
2.6.1. Fases de la limpieza de datos
2.6.2. Calidad del dato
2.6.3. Manipulación de datos (con R)
2.7. Análisis de datos, interpretación y valoración de resultados
2.7.1. Medidas estadísticas
2.7.2. Índices de relación
2.7.3. Minería de datos
2.8. Almacén del dato (*datawarehouse*)
2.8.1. Elementos que lo integran
2.8.2. Diseño
2.8.3. Aspectos a considerar
2.9. Disponibilidad del dato
2.9.1. Acceso
2.9.2. Utilidad
2.9.3. Seguridad
2.10. Aspectos normativos
2.10.1. Ley de protección de datos
2.10.2. Buenas prácticas
2.10.3. Otros aspectos normativos

## **Módulo 3.** Número aprendizaje automático

3.1. El conocimiento en bases de datos
3.1.1. Preprocesamiento de datos
3.1.2. Análisis
3.1.3. Interpretación y evaluación de los resultados
3.2. *Machine learning*
3.2.1. Aprendizaje supervisado y no supervisado
3.2.2. Aprendizaje por refuerzo
3.2.3. Aprendizaje semisupervisado. Otros modelos de aprendizaje
3.3. Clasificación
3.3.1. Árboles de decisión y aprendizaje basado en reglas
3.3.2. Máquinas de soporte vectorial (SVM) y algoritmos de vecinos más cercanos (KNN)
3.3.3. Métricas para algoritmos de clasificación
3.4. Regresión
3.4.1. Regresión lineal y regresión logística
3.4.2. Modelos de regresión no lineales
3.4.3. Análisis de series temporales
3.4.4. Métricas para algoritmos de regresión
3.5. *Clustering*
3.5.1. Agrupamiento jerárquico
3.5.2. Agrupamiento particional
3.5.3. Métricas para algoritmos de *clustering*
3.6. Reglas de asociación
3.6.1. Medidas de interés
3.6.2. Métodos de extracción de reglas
3.6.3. Métricas para los algoritmos de reglas de asociación

3.7. Multiclasificadores
- 3.7.1. "*Bootstrap aggregation*" o "*bagging*"
- 3.7.2. Algoritmo de "*random forests*"
- 3.7.3. Algoritmo de "*boosting*"

3.8. Modelos de razonamiento probabilístico
- 3.8.1. Razonamiento probabilístico
- 3.8.2. Redes bayesianas o redes de creencia
- 3.8.3. "*Hidden* Markov *models*"

3.9. Perceptrón multicapa
- 3.9.1. Red neuronal
- 3.9.2. Aprendizaje automático con redes neuronales
- 3.9.3. Descenso del gradiente, "*backpropagation*" y funciones de activación
- 3.9.4. Implementación de una red neuronal artificial

3.10. Aprendizaje profundo
- 3.10.1. Redes neuronales profundas. Introducción
- 3.10.2. Redes convolucionales
- 3.10.3. *Sequence modeling*
- 3.10.4. Tensorflow y Pytorch

## **Módulo 4.** Analítica web

4.1. Analítica web
- 4.1.1. Introducción
- 4.1.2. Evolución de la analítica web
- 4.1.3. Proceso de análisis

4.2. Google Analytics
- 4.2.1. Google Analytics
- 4.2.2. Uso
- 4.2.3. Objetivos

4.3. Hits. Interacciones con el sitio web
- 4.3.1. Métricas básicas
- 4.3.2. KPI (*key performance indicators*)
- 4.3.3. Porcentajes de conversión adecuados

4.4. Dimensiones frecuentes
- 4.4.1. Fuente
- 4.4.2. Medio
- 4.4.3. *Keyword*
- 4.4.4. Campaña
- 4.4.5. Etiquetado personalizado

4.5. Configuración de Google Analytics
- 4.5.1. Instalación. Creación de la cuenta
- 4.5.2. Versiones de la herramienta: UA/GA4
- 4.5.3. Etiqueta de seguimiento
- 4.5.4. Objetivos de conversión

4.6. Organización de Google Analytics
- 4.6.1. Cuenta
- 4.6.2. Propiedad
- 4.6.3. Vista

4.7. Informes de Google Analytics
- 4.7.1. En tiempo real
- 4.7.2. Audiencia
- 4.7.3. Adquisición
- 4.7.4. Comportamiento
- 4.7.5. Conversiones
- 4.7.6. Comercio electrónico

4.8. Informes avanzados de Google Analytics
- 4.8.1. Informes personalizados
- 4.8.2. Paneles
- 4.8.3. APIs

4.9. Filtros y segmentos
- 4.9.1. Filtro
- 4.9.2. Segmento
- 4.9.3. Tipos de segmentos: predefinidos/personalizados
- 4.9.4. Listas de *remarketing*

4.10. Plan de analítica digital
- 4.10.1. Medición
- 4.10.2. Implementación en el entorno tecnológico
- 4.10.3. Conclusiones

## **Módulo 5.** Normativas para gestión de datos

5.1. Marco regulatorio
- 5.1.1. Marco normativo y definiciones
- 5.1.2. Responsables, corresponsables y encargados de tratamiento
- 5.1.3. Próximo marco normativo en materia de inteligencia artificial

5.2. Principios relativos al tratamiento de datos personales
- 5.2.1. Licitud, lealtad y transparencia y limitación de la finalidad
- 5.2.2. Minimización de datos, exactitud y limitación del plazo de conservación
- 5.2.3. Integridad y confidencialidad
- 5.2.4. Responsabilidad proactiva

5.3. Legitimación y habilitación para el tratamiento
- 5.3.1. Bases de legitimación
- 5.3.2. Habilitaciones para el tratamiento de categorías especiales de datos
- 5.3.3. Comunicaciones de datos

5.4. Derechos de los individuos
- 5.4.1. Transparencia e información
- 5.4.2. Acceso
- 5.4.3. Rectificación y supresión (derecho al olvido), limitación y portabilidad
- 5.4.4. Oposición y decisiones individuales automatizadas
- 5.4.5. Límites a los derechos

5.5. Análisis y gestión de riesgos
- 5.5.1. Identificación de riesgos y amenazas para los derechos y libertades de las personas físicas
- 5.5.2. Evaluación de riesgos
- 5.5.3. Plan de tratamiento de riesgos

5.6. Medidas de responsabilidad proactiva
- 5.6.1. Identificación de técnicas para garantizar y acreditar cumplimiento
- 5.6.2. Medidas organizativas
- 5.6.3. Medidas técnicas
- 5.6.4. Gestión de violaciones de la seguridad de los datos personales
- 5.6.5. El registro de actividades de tratamiento

5.7. La evaluación de impacto relativa a la protección de los datos personales (EIPD o DPIA)
- 5.7.1. Actividades que requieren EIPD
- 5.7.2. Metodología de evaluación
- 5.7.3. Identificación de riesgos, amenazas y consulta a la autoridad de control

5.8. Regulación contractual: responsables, encargados y otros sujetos
- 5.8.1. Contratos en materia de protección de datos
- 5.8.2. Atribución de responsabilidades
- 5.8.3. Contratos entre corresponsables

5.9. Transferencias internacionales de datos
- 5.9.1. Definición y garantías que deben adoptarse
- 5.9.2. Las cláusulas contractuales tipo
- 5.9.3. Otros instrumentos para regular transferencias

5.10. Infracciones y sanciones
- 5.10.1. Infracciones y sanciones
- 5.10.2. Criterios de graduación en materia sancionadora
- 5.10.3. El delegado de protección de datos
- 5.10.4. Funciones de las autoridades de control

## **Módulo 6.** Sistemas escalables y confiables de uso masivo de datos

6.1. Escalabilidad, confiabilidad y mantenibilidad
- 6.1.1. Escalabilidad
- 6.1.2. Confiabilidad
- 6.1.3. Mantenibilidad

6.2. Modelos de datos
- 6.2.1. Evolución de los modelos de datos
- 6.2.2. Comparación del modelo relacional con el modelo NoSQL basado en documentos
- 6.2.3. Modelo de grafos

6.3. Motores de almacenamiento y recuperación de datos
- 6.3.1. Almacenamiento estructurado en log
- 6.3.2. Almacenamiento en tablas de segmentos
- 6.3.3. Árboles B

6.4. Servicios, paso de mensajes y formatos para codificar datos
- 6.4.1. Flujo de datos en servicios REST
- 6.4.2. Flujo de datos en paso de mensajes
- 6.4.3. Formatos de envío de mensajes

6.5. Replicación
- 6.5.1. Teorema CAP
- 6.5.2. Modelos de consistencia
- 6.5.3. Modelos de réplica en base a conceptos de líder y seguidores

6.6. Transacciones distribuidas
- 6.6.1. Operaciones atómicas
- 6.6.2. Transacciones distribuidas desde diferentes enfoques Calvin, Spanner
- 6.6.3. Serializabilidad

6.7. Particionado
- 6.7.1. Tipos de particionado
- 6.7.2. Índices en particiones
- 6.7.3. Rebalanceado de particiones

6.8. Procesamiento por lotes
- 6.8.1. El Procesamiento por lotes
- 6.8.2. MapReduce
- 6.8.3. Enfoques posteriores a MapReduce

6.9. Procesamiento de flujos de datos
- 6.9.1. Sistemas de mensajes
- 6.9.2. Persistencia de flujos de datos
- 6.9.3. Usos y operaciones con flujos de datos

6.10. Casos de uso. Twitter, Facebook, Uber
- 6.10.1. Twitter: el uso de cachés
- 6.10.2. Facebook: modelos no relacionales
- 6.10.3. Uber: diferentes modelos para diferentes propósitos

## **Módulo 7.** Administración de sistemas para despliegues distribuidos

7.1. Administración clásica. El modelo monolítico
- 7.1.1. Aplicaciones clásicas. Modelo monolítico
- 7.1.2. Requisitos de sistemas para aplicaciones monolíticas
- 7.1.3. La administración de sistemas monolíticos
- 7.1.4. Automatización

7.2. Aplicaciones distribuidas. El microservicio
- 7.2.1. Paradigma de computación distribuida
- 7.2.2. Modelos basados en microservicios
- 7.2.3. Requisitos de sistemas para modelos distribuidos
- 7.2.4. Aplicaciones monolíticas vs. Aplicaciones distribuidas

7.3. Herramientas para la explotación de recursos
- 7.3.1. Gestión del "hierro"
- 7.3.2. Virtualización
- 7.3.3. Emulación
- 7.3.4. Paravirtualización

7.4. Modelos IaaS, PaaS y SaaS
- 7.4.1. Modelo IaaS
- 7.4.2. Modelo PaaS
- 7.4.3. Modelo SaaS
- 7.4.4. Patrones de diseño

7.5. Containerización
- 7.5.1. Virtualización con *cgroups*
- 7.5.2. *Containers*
- 7.5.3. De la aplicación al contenedor
- 7.5.4. Orquestación de contenedores

7.6. Clusterización
- 7.6.1. Alto rendimiento y alta disponibilidad
- 7.6.2. Modelos de alta disponibilidad
- 7.6.3. Clúster como plataforma SaaS
- 7.6.4. Securización de clústers

7.7. *Cloud computing*
- 7.7.1. Clústers vs. *clouds*
- 7.7.2. Tipos de *clouds*
- 7.7.3. Modelos de servicio en *cloud*
- 7.7.4. Sobresuscripción

7.8. Monitorización y *testing*
- 7.8.1. Tipos de monitorización
- 7.8.2. Visualización
- 7.8.3. Tests de infraestructura
- 7.8.4. Ingeniería del caos

7.9. Caso de estudio: Kubernetes
- 7.9.1. Estructura
- 7.9.2. Administración
- 7.9.3. Despliegue de servicios
- 7.9.4. Desarrollo de servicios para K8S

7.10. Caso de estudio: OpenStack
- 7.10.1. Estructura
- 7.10.2. Administración
- 7.10.3. Despliegues
- 7.10.4. Desarrollo de servicios para OpenStack

## **Módulo 8.** *Internet of things*

8.1. *Internet of things* (IoT)
- 8.1.1. Internet del futuro
- 8.1.2. *Internet of things* e *Industrial Internet of things*
- 8.1.3. El consorcio de internet industrial

8.2. Arquitectura de referencia
- 8.2.1. La arquitectura de referencia
- 8.2.2. Capas y componentes

8.3. Dispositivos IoT
- 8.3.1. Clasificación
- 8.3.2. Componentes
- 8.3.3. Sensores y actuadores

8.4. Protocolos de comunicaciones
- 8.4.1. Clasificación
- 8.4.2. Modelo OSI
- 8.4.3. Tecnologías

8.5. Plataformas IoT e IIoT
- 8.5.1. La plataforma IoT
- 8.5.2. Plataformas *cloud* de propósito general
- 8.5.3. Plataformas industriales
- 8.5.4. Plataformas de código abierto

8.6. Gestión de datos en plataformas IoT
- 8.6.1. Mecanismos de gestión
- 8.6.2. Datos abiertos
- 8.6.3. Intercambio de datos
- 8.6.4. Visualización de datos

8.7. Seguridad en IoT
- 8.7.1. Requisitos de seguridad
- 8.7.2. Áreas de seguridad
- 8.7.3. Estrategias de seguridad
- 8.7.4. Seguridad en IIoT

8.8. Áreas de aplicación de sistemas IoT
- 8.8.1. Ciudades inteligentes
- 8.8.2. Salud y condición física
- 8.8.3. Hogar inteligente
- 8.8.4. Otras aplicaciones

8.9. Aplicación de IIoT a los distintos sectores industriales
- 8.9.1. Fabricación
- 8.9.2. Transporte
- 8.9.3. Energía
- 8.9.4. Agricultura y ganadería
- 8.9.5. Otros sectores

8.10. Integración del IIoT en el modelo de industria 4.0.
- 8.10.1. IoRT (*internet of robotics things*)
- 8.10.2. Fabricación aditiva 3D
- 8.10.3. *Big data analytics*

## **Módulo 9.** Gestión de proyectos y metodologías *agile*

9.1. Dirección y gestión de proyectos
- 9.1.1. El proyecto
- 9.1.2. Fases de un proyecto
- 9.1.3. Dirección y gestión de proyectos

9.2. Metodología PMI para la gestión de proyectos
- 9.2.1. PMI (Project Management Institute)
- 9.2.2. PMBOK
- 9.2.3. Diferencia entre proyecto, programa y porfolio de proyectos
- 9.2.4. Evolución de las organizaciones que trabajan con proyectos
- 9.2.5. Activos de los procesos en las organizaciones

9.3. Metodología PMI para la gestión de proyectos: procesos
- 9.3.1. Grupos de procesos
- 9.3.2. Áreas de conocimiento
- 9.3.3. Matriz de procesos

9.4. Metodologías *agile* para la gestión de proyectos
- 9.4.1. Contexto VUCA (volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad)
- 9.4.2. Valores Agile
- 9.4.3. Principios del manifiesto *agile*

9.5. *Framework agile* Scrum para la gestión de proyectos
- 9.5.1. Scrum
- 9.5.2. Los pilares de la metodología Scrum
- 9.5.3. Los valores en Scrum

9.6. *Framework agile* Scrum para la gestión de proyectos. Proceso
- 9.6.1. El proceso de Scrum
- 9.6.2. Roles tipificados en un proceso Scrum
- 9.6.3. Las ceremonias en Scrum

9.7. *Framework agile* Scrum para la gestión de proyectos. Artefactos
- 9.7.1. Artefactos en un proceso Scrum
- 9.7.2. El equipo Scrum
- 9.7.3. Métricas para evaluación del rendimiento de un equipo Scrum

9.8. *Framework agile* KANBAN para la gestión de proyectos. Método Kanban
- 9.8.1. Kanban
- 9.8.2. Beneficios de Kanban
- 9.8.3. Método Kanban. Elementos

9.9. *Framework* Agile Kanban para la gestión de proyectos. Prácticas del método Kanban
- 9.9.1. Los valores de Kanban
- 9.9.2. Principios del método Kanban
- 9.9.3. Prácticas generales del método Kanban
- 9.9.4. Métricas para evaluación del rendimiento de Kanban

9.10. Comparación: PMI, Scrum y Kanban
- 9.10.1. PMI – Scrum
- 9.10.2. PMI – Kanban
- 9.10.3. Scrum - Kanban

## **Módulo 10.** Comunicación, liderazgo y gestión de equipos

10.1. Desarrollo organizativo en la empresa
- 10.1.1. Clima, cultura y desarrollo organizativo en la empresa
- 10.1.2. La gestión del capital humano

10.2. Modelos de Dirección. Toma de decisiones
- 10.2.1. Cambio de paradigma en los modelos de Dirección
- 10.2.2. Proceso directivo de la empresa tecnológica
- 10.2.3. Toma de decisiones. Instrumentos de planificación

10.3. Liderazgo. Delegación y *empowerment*
- 10.3.1. Liderazgo
- 10.3.2. Delegación y *empowerment*
- 10.3.3. Evaluación del desempeño

10.4. Liderazgo. Gestión del talento y del compromiso
- 10.4.1. Gestión del talento en la empresa
- 10.4.2. Gestión del compromiso en la empresa
- 10.4.3. Mejora de la comunicación en la empresa

10.5. *Coaching* aplicado a la empresa
- 10.5.1. *Coaching* directivo
- 10.5.2. *Coaching* de equipos

10.6. *Mentoring* aplicado a la empresa
- 10.6.1. Perfil del mentor
- 10.6.2. Los 4 procesos de un programa de *mentoring*
- 10.6.3. Herramientas y técnicas en un proceso de *mentoring*
- 10.6.4. Beneficios del *mentoring* en el ámbito de la empresa

10.7. Gestión de equipos I. Las relaciones interpersonales
- 10.7.1. Relaciones interpersonales
  - 10.7.1.1. Estilos relacionales: enfoques
  - 10.7.1.2. Reuniones efectivas y acuerdos en situaciones difíciles

10.8. Gestión de equipos II. Los conflictos
- 10.8.1. Los conflictos
- 10.8.2. Prevenir, afrontar y resolver el conflicto
  - 10.8.2.1. Estrategias para prevenir el conflicto
  - 10.8.2.2. La gestión de conflictos. Principios básicos
  - 10.8.2.3. Estrategias para resolver conflictos
- 10.8.3. Estrés y motivación laboral

10.9. Gestión de equipos III. La negociación
- 10.9.1. La negociación en el ámbito directivo de las empresas tecnológicas
- 10.9.2. Estilos de negociación
- 10.9.3. Fases de la negociación
  - 10.9.3.1. Barreras a superar en las negociaciones

10.10. Gestión de equipos IV. Técnicas de negociación
- 10.10.1. Técnicas y estrategias de negociación
  - 10.10.1.1. Estrategias y principales tipos de negociación
  - 10.10.1.2. Tácticas de negociación y cuestiones prácticas
- 10.10.2. La figura del sujeto negociador

## **Módulo 11.** Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

11.1. Globalización y gobernanza
- 11.1.1. Gobernanza y gobierno corporativo
- 11.1.2. Fundamentos del gobierno corporativo en las empresas
- 11.1.3. El rol del consejo de administración en el marco del gobierno corporativo

11.2. *Cross cultural management*
- 11.2.1. Concepto de *cross cultural management*
- 11.2.2. Aportaciones al conocimiento de culturas nacionales
- 11.2.3. Gestión de la diversidad

11.3. Ética empresarial
- 11.3.1. Ética y moral
- 11.3.2. Ética empresarial
- 11.3.3. Liderazgo y ética en las empresas

11.4. Sostenibilidad
- 11.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 11.4.2. Agenda 2030
- 11.4.3. Las empresas sostenibles

11.5. Responsabilidad social de la Empresa
- 11.5.1. Dimensión internacional de la responsabilidad social de las empresas
- 11.5.2. Implementación de la responsabilidad social de la Empresa
- 11.5.3. Impacto y medición de la responsabilidad social de la Empresa

11.6. Sistemas y herramientas de gestión responsable
- 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 11.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC

11.7. Multinacionales y derechos humanos
- 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

11.8. Entorno legal y *corporate governance*
- 11.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
- 11.8.3. Derecho internacional del trabajo

## **Módulo 12.** Dirección de personas y gestión del talento

12.1. Dirección estratégica de personas
- 12.1.1. Dirección estratégica y recursos humanos
- 12.1.2. Dirección estratégica de personas

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
- 12.2.1. Análisis del potencial
- 12.2.2. Política de retribución
- 12.2.3. Planes de carrera/sucesión

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
- 12.3.1. La gestión del rendimiento
- 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
- 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 12.4.3. Fidelización y retención
- 12.4.4. Proactividad e innovación

12.5. Motivación
- 12.5.1. La naturaleza de la motivación
- 12.5.2. La teoría de las expectativas
- 12.5.3. Teorías de las necesidades
- 12.5.4. Motivación y compensación económica

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
- 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

12.7. Gestión del cambio
- 12.7.1. Gestión del cambio
- 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

12.8. Negociación y gestión de conflictos
- 12.8.1. Negociación
- 12.8.2. Gestión de conflictos
- 12.8.3. Gestión de crisis

12.9. Comunicación directiva
- 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 12.9.2. Departamentos de comunicación
- 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
- 12.10.1. La productividad
- 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

## **Módulo 13.** Dirección económico - financiera

13.1. Entorno económico
- 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 13.1.2. Instituciones financieras
- 13.1.3. Mercados financieros
- 13.1.4. Activos financieros
- 13.1.5. Otros entes del sector financiero

13.2. Contabilidad directiva
- 13.2.1. Conceptos básicos
- 13.2.2. El activo de la Empresa
- 13.2.3. El pasivo de la Empresa
- 13.2.4. El patrimonio neto de la Empresa
- 13.2.5. La cuenta de resultados

13.3. Sistemas de información y *business intelligence*
- 13.3.1. Fundamentos y clasificación
- 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto

13.4. Presupuesto y control de gestión
- 13.4.1. El modelo presupuestario
- 13.4.2. El Presupuesto de capital
- 13.4.3. La Presupuesto de explotación
- 13.4.5. El Presupuesto de tesorería
- 13.4.6. Seguimiento del presupuesto

13.5. Dirección financiera
- 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 13.5.2. El departamento financiero
- 13.5.3. Excedentes de tesorería
- 13.5.4. Riesgos asociados a la Dirección financiera
- 13.5.5. Gestión de riesgos de la Dirección financiera

13.6. Planificación financiera
- 13.6.1. Definición de la planificación financiera
- 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 13.6.4. El cuadro *cash flow*
- 13.6.5. El cuadro de circulante

13.7. Estrategia financiera corporativa
- 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

13.8. Financiación estratégica
- 13.8.1. La autofinanciación
- 13.8.2. Ampliación de fondos propios
- 13.8.3. Recursos híbridos
- 13.8.4. Financiación a través de intermediarios

13.9. Análisis y planificación financiera
- 13.9.1. Análisis del balance de situación
- 13.9.2. Análisis de la cuenta de resultados
- 13.9.3. Análisis de la rentabilidad

13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
- 13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

## **Módulo 14.** Dirección comercial y marketing estratégico

14.1. Dirección comercial
- 14.1.1. Marco conceptual de la Dirección comercial
- 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 14.1.3. El rol de los directores comerciales

14.2. Marketing
- 14.2.1. Concepto de marketing
- 14.2.2. Elementos básicos del marketing
- 14.2.3. Actividades de marketing de la empresa

14.3. Gestión estratégica del marketing
- 14.3.1. Concepto de marketing estratégico
- 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

14.4. Marketing digital y comercio electrónico
- 14.4.1. Objetivos del marketing digital y comercio electrónico
- 14.4.2. Marketing digital y medios que emplea
- 14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
- 14.4.4. Categorías del comercio electrónico
- 14.4.5. Ventajas y desventajas del *e-commerce* 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. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
15.3. Dirección de operaciones
15.3.1. Importancia de la Dirección
15.3.2. La cadena de valor
15.3.3. Gestión de calidad
15.4. Oratoria y formación de portavoces
15.4.1. Comunicación interpersonal
15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
15.4.3. Barreras en la comunicación
15.5. Herramientas de. comunicaciones personales y organizacional
15.5.1. La comunicación interpersonal
15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
15.5.3. La comunicación en la organización
15.5.4. Herramientas en la organización
15.6. Comunicación en situaciones de crisis
15.6.1. Crisis
15.6.2. Fases de la crisis
15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
15.7. Preparación de un plan de crisis
15.7.1. Análisis de posibles problemas
15.7.2. Planificación
15.7.3. Adecuación del personal
15.8. Inteligencia emocional
15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
15.8.3. Autoestima y comunicación emocional
15.9. Branding personal
15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
15.9.2. Leyes del *branding* personal
15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
15.10. Liderazgo y gestión de equipos
15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
15.10.2. Capacidades y desafíos del líder
15.10.3. Gestión de procesos de cambio
15.10.4. Gestión de equipos multiculturales

*Podrás acceder al Campus Virtual a cualquier hora y descargar los contenidos para consultarlos siempre que lo desees”*

04

# Objetivos docentes

Esta completísima titulación universitaria tiene como finalidad impulsar el desarrollo de competencias clave en las profesionales orientadas a la gestión estratégica del dato en entornos corporativos. De hecho, permitirá a los informáticos dominar herramientas de estadística descriptiva aplicadas al análisis de grandes volúmenes de información. Al mismo tiempo, favorecerá la interpretación precisa de resultados y la evaluación de métricas relevantes para la toma de decisiones informadas. Además, ofrecerá un conocimiento profundo en bases de datos, lo cual resulta indispensable para gestionar información compleja con eficiencia y visión crítica en escenarios empresariales de alta demanda.

*Implementarás medidas avanzadas de protección, gestión normativa y auditoría de datos conforme a marcos legales internacionales"*

## Objetivos generales

- Dominar los principales sistemas de gestión de información aplicados al entorno empresarial
- Comprender las etapas del ciclo de vida del dato y su impacto en la toma de decisiones
- Integrar modelos de aprendizaje automático en procesos analíticos complejos
- Interpretar indicadores clave en proyectos de analítica web orientados al rendimiento digital
- Aplicar las normativas vigentes en la gestión ética y segura de datos corporativos
- Diseñar infraestructuras escalables para el tratamiento masivo de datos
- Coordinar proyectos tecnológicos utilizando metodologías ágiles
- Fortalecer competencias en liderazgo, gestión del talento y responsabilidad social empresarial

## Objetivos específicos

### Módulo 1. Principales sistemas de gestión de información

- Distinguir las funciones y aplicaciones de los sistemas ERP y CRM en distintos contextos empresariales
- Identificar las etapas fundamentales en la implantación de un sistema ERP
- Interpretar la información generada por un ERP para apoyar la toma de decisiones
- Establecer estrategias efectivas de fidelización y comunicación mediante el uso de herramientas CRM

### Módulo 2. Tipos y ciclo de vida del dato

- Clasificar los distintos tipos de datos según su naturaleza, forma y fuente
- Reconocer las fases del ciclo de vida del dato y los principios FAIR asociados
- Definir metodologías y herramientas vanguardistas para una recolección de datos eficiente
- Aplicar criterios de limpieza y calidad para garantizar la fiabilidad de los datos

### Módulo 3. Número aprendizaje automático

- Distinguir los principales tipos de aprendizaje automático y sus aplicaciones prácticas
- Implementar algoritmos de clasificación, regresión y agrupamiento utilizando métricas adecuadas
- Evaluar el rendimiento de modelos predictivos mediante técnicas supervisadas y no supervisadas
- Aplicar redes neuronales y modelos de aprendizaje profundo con herramientas innovadoras como TensorFlow

### Módulo 4. Analítica web

- Comprender la evolución y estructura del proceso de análisis en la analítica web
- Configurar correctamente los parámetros de Google Analytics, incluyendo su instalación, etiquetado y definición de objetivos
- Interpretar métricas clave y porcentajes de conversión para evaluar el rendimiento digital
- Diseñar un plan de analítica digital que contemple medición, implementación y conclusiones estratégicas

### Módulo 5. Normativas para gestión de datos

- Interpretar el marco normativo vigente y los principios que rigen el tratamiento de datos personales con precisión
- Reconocer las bases de legitimación y los derechos individuales vinculados al uso de datos personales
- Diseñar estrategias de gestión de riesgos para garantizar la seguridad y legalidad del tratamiento de las informaciones

### Módulo 6. Sistemas escalables y confiables de uso masivo de datos

- Ahondar en los principios de escalabilidad, confiabilidad y mantenibilidad en entornos de alto volumen de datos
- Contrastar distintos modelos de datos y motores de almacenamiento según su aplicabilidad en sistemas distribuidos
- Valorar los mecanismos de replicación, particionado y transacciones distribuidas en arquitecturas de gran escala

### Módulo 7. Administración de sistemas para despliegues distribuidos

- Reconocer las características y limitaciones del modelo monolítico frente a arquitecturas distribuidas basadas en microservicios
- Distinguir herramientas clave para la gestión de recursos físicos y virtuales en entornos de alta demanda
- Evaluar las capacidades de Kubernetes y OpenStack a través de sus estructuras, despliegues y administración de servicios

### Módulo 8. *Internet of things*

- Interpretar las capas y componentes fundamentales de una arquitectura de referencia para IoT
- Clasificar dispositivos IoT según su funcionalidad y describir el papel de sensores y actuadores en los sistemas conectados
- Reconocer los principales protocolos de comunicación y tecnologías involucradas en entornos IoT, en relación con el modelo OSI
- Examinar estrategias de seguridad aplicables a IoT e IIoT, incluyendo requisitos técnicos y áreas críticas de protección
- Valorar el impacto del IIoT en sectores como la energía, el transporte, la agricultura o la fabricación, así como su integración en el modelo de Industria 4.0

### Módulo 9. Gestión de proyectos y metodologías *agile*

- Comprender los fundamentos de la dirección y gestión de proyectos, considerando sus fases y enfoques clásicos
- Reconocer la estructura y los procesos clave de la metodología PMI, incluyendo su relación con el PMBOK y la evolución de las organizaciones orientadas a proyectos
- Comparar las metodologías PMI, Scrum y Kanban evaluando sus características, procesos y métricas de rendimiento

### Módulo 10. Comunicación, liderazgo y gestión de equipos

- Profundizar en el impacto del clima y la cultura organizativa en la gestión del capital humano dentro de empresas tecnológicas
- Valorar el papel del liderazgo, la delegación y el *empowerment* en la consolidación del compromiso y la gestión del talento
- Analizar las dinámicas de conflicto, negociación y relaciones interpersonales dentro de equipos de alto rendimiento

### Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- Comprender el papel del liderazgo ético en la toma de decisiones estratégicas dentro de proyectos de Ciencia de Datos
- Analizar la relevancia de la gobernanza corporativa y la responsabilidad social en organizaciones que manejan grandes volúmenes de información sensible
- Identificar buenas prácticas para garantizar la transparencia, equidad y responsabilidad en los procesos automatizados de toma de decisiones

### Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento

- Establecer estrategias de dirección de personas orientadas a la alineación entre los objetivos organizacionales y el desarrollo del talento
- Diseñar sistemas de evaluación del desempeño que favorezcan la gestión por competencias y el impulso de equipos autogestionados
- Incorporar modelos innovadores para la atracción, fidelización y activación del talento en contextos altamente competitivos
- Integrar enfoques de comunicación directiva y negociación para afrontar con eficacia procesos de cambio y resolución de conflictos

### Módulo 13. Dirección económico - financiera

- Interpretar el entorno macroeconómico y financiero para tomar decisiones estratégicas ajustadas al contexto actual
- Elaborar presupuestos operativos, de capital y de tesorería, implementando mecanismos eficaces de control de gestión
- Aplicar herramientas de *business intelligence* para el análisis de costes y la optimización de los sistemas de información financiera
- Diseñar estrategias de planificación financiera que integren la gestión de riesgos, la liquidez y la inversión empresarial

### Módulo 14. Dirección comercial y marketing estratégico

- Diseñar estrategias comerciales alineadas con los objetivos corporativos, considerando el rol clave de la dirección comercial
- Estructurar planes de marketing estratégico integrando análisis de mercado, planificación y posicionamiento competitivo
- Implementar acciones de marketing digital y comercio electrónico que mejoren la visibilidad de marca y aumenten las conversiones
- Desarrollar campañas publicitarias digitales eficaces, evitando errores comunes y maximizando el retorno de inversión

### Módulo 15. *Management* directivo

- Potenciar la comunicación directiva mediante habilidades oratorias, manejo de crisis y herramientas organizacionales eficaces
- Diseñar planes de crisis que incluyan análisis de escenarios, planificación estratégica y alineación del personal implicado
- Impulsar la inteligencia emocional como competencia clave para fortalecer la comunicación interpersonal y la gestión de equipos
- Consolidar una marca personal coherente y auténtica, empleando estrategias de posicionamiento y herramientas de *branding*

*Te desempeñarás en el uso de herramientas de business intelligence, para optimizar el análisis de costes y mejorar la toma de decisiones”*

05

# Salidas profesionales

Esta exclusiva titulación universitaria de TECH representa una oportunidad única para los informáticos que desean dominar el uso de los sistemas de gestión de datos, modelos predictivos y arquitecturas distribuidas. Gracias a un enfoque eminentemente técnico y actualizado, los alumnos podrán desarrollar habilidades clave para liderar entornos complejos de análisis y procesamiento masivo de información. Gracias a esto, alinearán sus capacidades con los estándares más exigentes de la transformación digital empresarial. De este modo, los expertos estarán altamente preparados para asumir roles más estratégicos en instituciones de referencia global.

*Evaluarás los principios de ética empresarial aplicables al uso de modelos predictivos, herramientas tecnológicas emergentes y analítica avanzada"*

### Perfil del egresado

El egresado destacará por su capacidad para diseñar soluciones analíticas con enfoque estratégico. Además, dominará herramientas avanzadas para el análisis de costes y el diseño de cuadros de mando, lo que le permitirá anticipar escenarios complejos y tomar decisiones con mayor precisión. Por otro lado, será capaz de interpretar flujos financieros, optimizar recursos y colaborar eficazmente con diferentes áreas funcionales. Asimismo, podrá liderar procesos de transformación digital orientados al rendimiento económico. Finalmente, su perfil será clave para entornos que demanden una visión integral, técnica y orientada a resultados sostenibles en el tiempo.

*Reconocerás el impacto de la diversidad cultural y la gestión inclusiva en equipos multidisciplinarios de Data Science.*

- **Aplicación Estratégica de Soluciones Tecnológicas:** Habilidad para integrar herramientas avanzadas de análisis y modelado de datos en procesos empresariales, con el fin de optimizar la toma de decisiones basada en evidencia.
- **Pensamiento Crítico y Resolución de Problemas Complejos:** Capacidad para identificar retos técnicos y de negocio en entornos de datos masivos, desarrollando soluciones innovadoras mediante enfoques estructurados y metodologías ágiles.
- **Compromiso con la Ética y la Seguridad de la Información:** Responsabilidad en la gestión de datos conforme a normativas de privacidad, asegurando la confidencialidad, integridad y trazabilidad de la información sensible.
- **Colaboración Multidisciplinar y Liderazgo Técnico:** Aptitud para coordinar equipos interdepartamentales y liderar iniciativas tecnológicas, promoviendo una cultura de trabajo colaborativo entre perfiles técnicos y estratégicos.
- **Capacidad de Aprendizaje Continuo e Innovación:** Disposición para actualizar conocimientos en entornos cambiantes, incorporando tecnologías emergentes como *big data* o *machine learning* en el contexto empresarial.

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

1. **Administrador de Plataformas de Datos Distribuidos:** Encargado del mantenimiento, optimización y seguridad de sistemas complejos basados en microservicios, contenedores y soluciones *cloud*
2. **Consultor en Gobernanza del Dato:** Especialista en la definición de políticas, marcos normativos y prácticas organizativas que garanticen la calidad, integridad y protección de los datos corporativos
3. **Técnico en Automatización de Procesos Analíticos:** Responsable de desarrollar *pipelines* de datos robustos y automatizados, reduciendo la intervención manual en el análisis de información
4. **Asesor en Transformación Digital basada en Datos:** Focalizado en orientar a empresas en la migración hacia ecosistemas tecnológicos centrados en la toma de decisiones por evidencia analítica

*Conectarás sistemas de gestión empresarial con soluciones de business intelligence, maximizando la utilidad de la información operativa"*

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 Técnica de *Data Science* en la Empresa, 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.

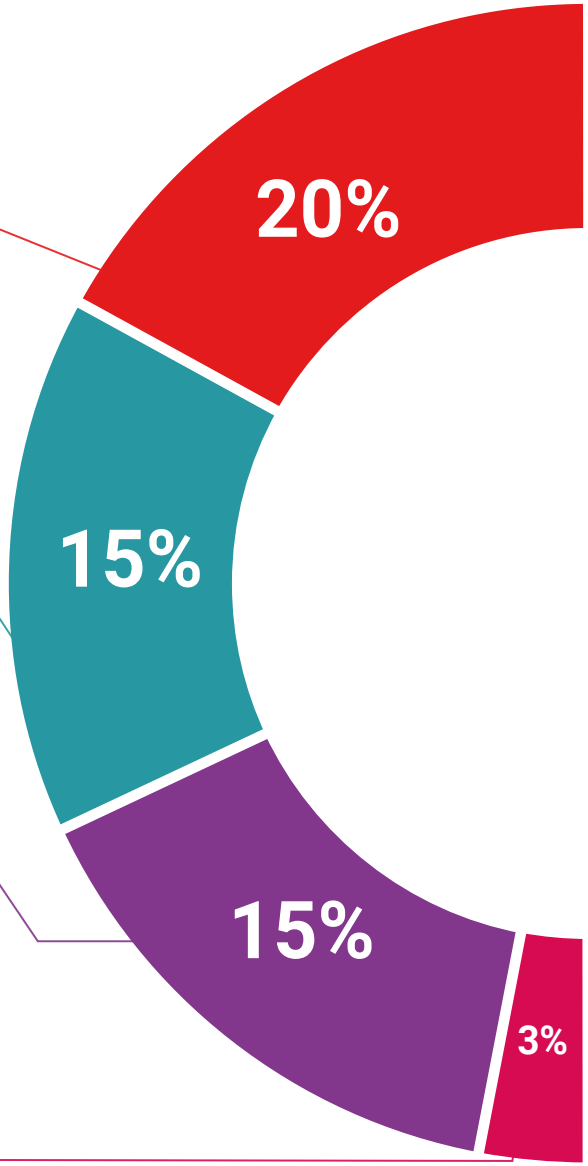
### Resúmenes interactivos

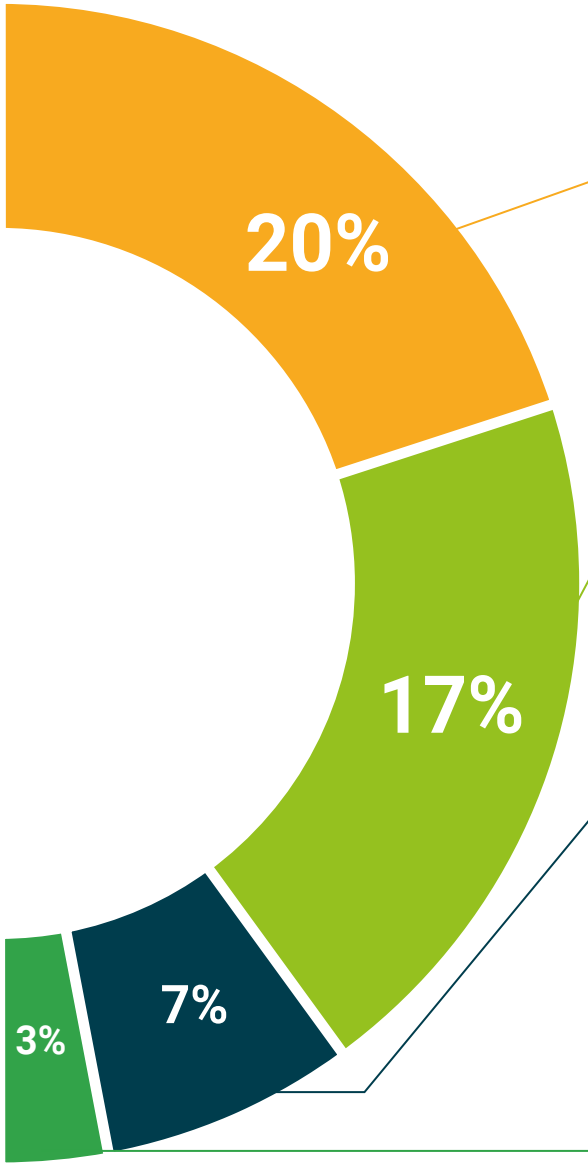
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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.






### *Case Studies*

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

### Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

### Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

08

# Cuadro docente

Fiel a su compromiso con la excelencia académica, TECH apuesta por una enseñanza rigurosa y actualizada en Dirección Técnica de *Data Science* en la Empresa. Para ello, reúne a un equipo de profesionales con amplio reconocimiento en el ámbito empresarial, quienes ponen a disposición del alumnado un enfoque práctico y estratégico. A lo largo del programa universitario, se accederá a metodologías punteras y herramientas clave para afrontar con solvencia los desafíos del análisis de datos. Así, se favorecerá una especialización de alto nivel, alineada con las exigencias del entorno internacional y con proyección real hacia el éxito profesional.

*Disfrutarás del asesoramiento individualizado del equipo docente, conformando por auténticos expertos en la Dirección Técnica de Data Science en la Empresa"*

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

## D. Gauthier, Rick

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

## D. Arman, Romi

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

## D. Arens, Manuel

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

## D. La Sala, Andrea

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al **análisis** de ***Big Data***. Además, ha desempeñado el cargo de **Director** de ***Business Intelligence*** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas**, **Distribución**, **Marketing** y **Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart 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 *Bussiness Intelligence* para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhague
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhague

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

## D. Stevenson, Scott

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

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

## 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

### Dr. Montoro Montarroso, Andrés

- Investigador en el grupo SMILe de la Universidad de Castilla-La Mancha
- Investigador en la Universidad de Granada
- Científico de Datos en Prometeus Global Solutions
- Vicepresidente y Software Developer en CireBits
- Doctorado en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Graduado en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Máster en Ciencia de Datos e Ingeniería de Computadores por la Universidad de Granada
- Profesor invitado en la asignatura de Sistemas Basados en el Conocimiento de la Escuela Superior de Informática de Ciudad Real, impartiendo la conferencia: *Técnicas Avanzadas de Inteligencia Artificial: Búsqueda y análisis de potenciales radicales en Medios Sociales*
- Profesor invitado en la asignatura de Minería de Datos de la Escuela Superior de Informática de Ciudad Real, impartiendo la conferencia: *Aplicaciones del Procesamiento de Lenguaje Natural: Lógica borrosa al análisis de mensajes en redes sociales*
- Ponente en el Seminario sobre Prevención de la Corrupción en Administraciones Públicas e Inteligencia Artificial de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo, impartiendo la conferencia: *Técnicas de Inteligencia Artificial*
- Ponente en el primer Seminario Internacional de Derecho Administrativo e Inteligencia Artificial (DAIA). Organizada por el Centro de Estudios Europeos Luis Ortega Álvarez y el Institut de Recerca TransJus. Conferencia titulada *Análisis de Sentimientos para la prevención de mensajes de odio en las redes sociales*

### Dña. Palomino Dávila, Cristina

- Consultora de Protección de Datos y Seguridad de la Información en Grupo Oesía
- Subdirectora de Auditoría en la Secretaría General de la Compañía Logística de Hidrocarburos CLH
- 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

### D. Peris Morillo, Luis Javier

- Technical Lead de Capitole Consulting para Inditex
- Senior Technical Lead y Delivery Lead Support en HCL Technologies
- Redactor técnico en Baeldung
- Agile Coach y director de Operaciones en Mirai Advisory
- Desarrollador, Team Lead, Scrum Master, Agile Coach y Product Manager en DocPath
- Tecnólogo en ARCO
- Graduado en Ingeniería Superior en Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Posgraduado en Gestión de proyectos por la CEOE

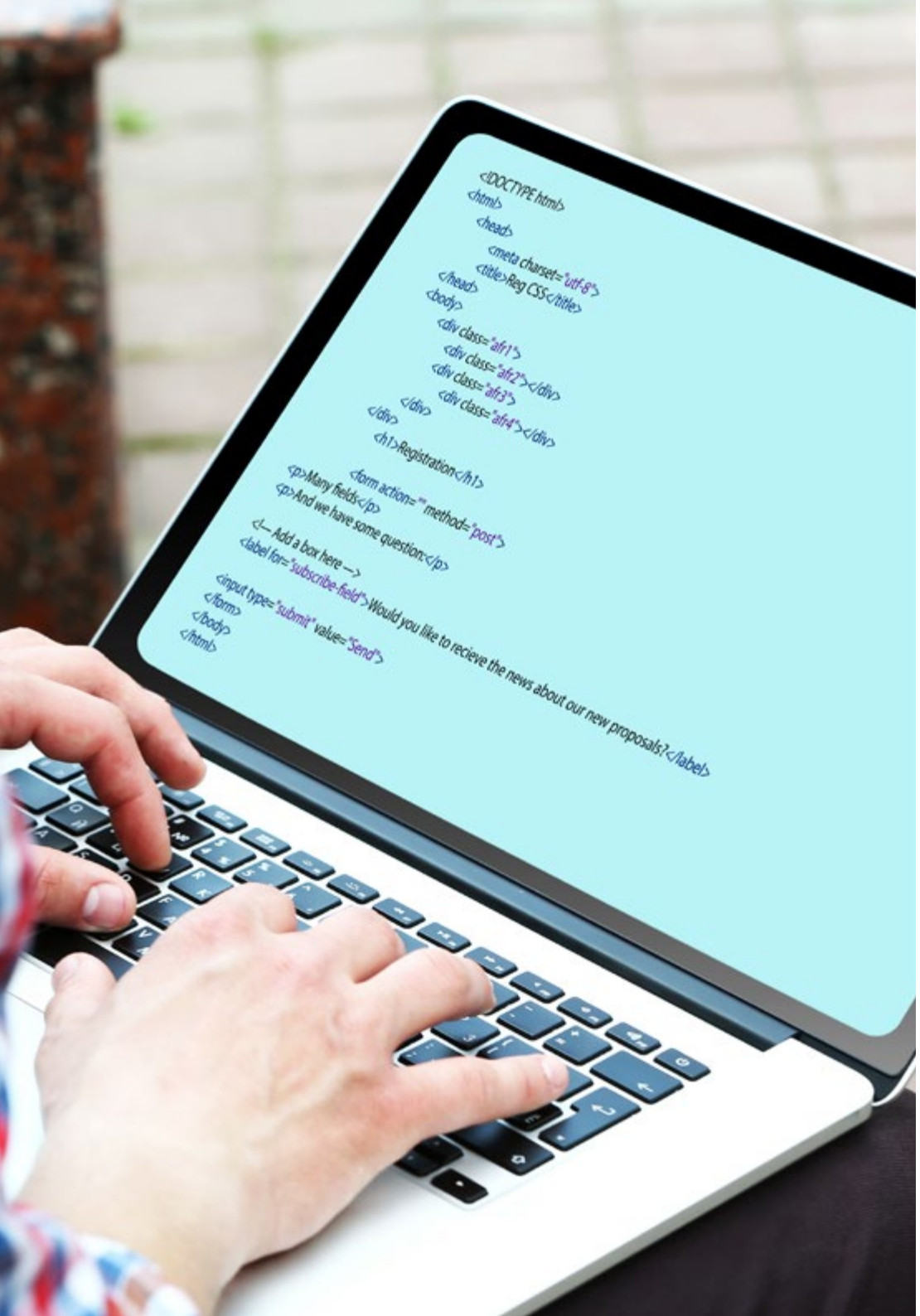
**Dña. García La O, Marta**
- Especialista en Marketing Digital y Redes Sociales
- Gestión, administración y *Account Management* en Think Planificación y Desarrollo SI
- Instructora formativa de altos directivos en Think Planificación y Desarrollo SI
- Especialista en Marketing en Versas Consultores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

**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

**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. Díaz Díaz-Chirón, Tobías**
- Consultor experto en Telecomunicaciones
- Investigador en el laboratorio ArCO de la Universidad de Castilla-La Mancha
- Consultor en Blue Telecom
- Freelance dedicado principalmente al sector de las telecomunicaciones, especializado en redes 4G/5G
- OpenStack: deploy and administration
- Ingeniero Superior en Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Especialización en Arquitectura y redes de computadores
- Profesor asociado en la Universidad de Castilla-La Mancha
- Ponente en curso del Sepecam sobre administración de redes

**Dña. 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




**Dña. Fernández Meléndez, Galina**

- Especialista en Big Data
- Analista de Datos en Aresi Gestión de Fincas
- Analista de Datos en ADN Mobile Solution
- Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad Bicentenaria de Aragua. Caracas, Venezuela
- Diplomada en Planificación y Finanzas Públicas por la Escuela Venezolana de Planificación
- Máster en Análisis de Datos e Inteligencia de Negocio por la Universidad de Oviedo
- MBA en Administración y Dirección de Empresas por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona
- Máster en Big Data y Business Intelligence por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona

*Una experiencia de capacitación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional"*

09

# Titulación

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

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **MBA en Dirección de Marketing (CMO, Chief Marketing Officer)** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

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

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

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

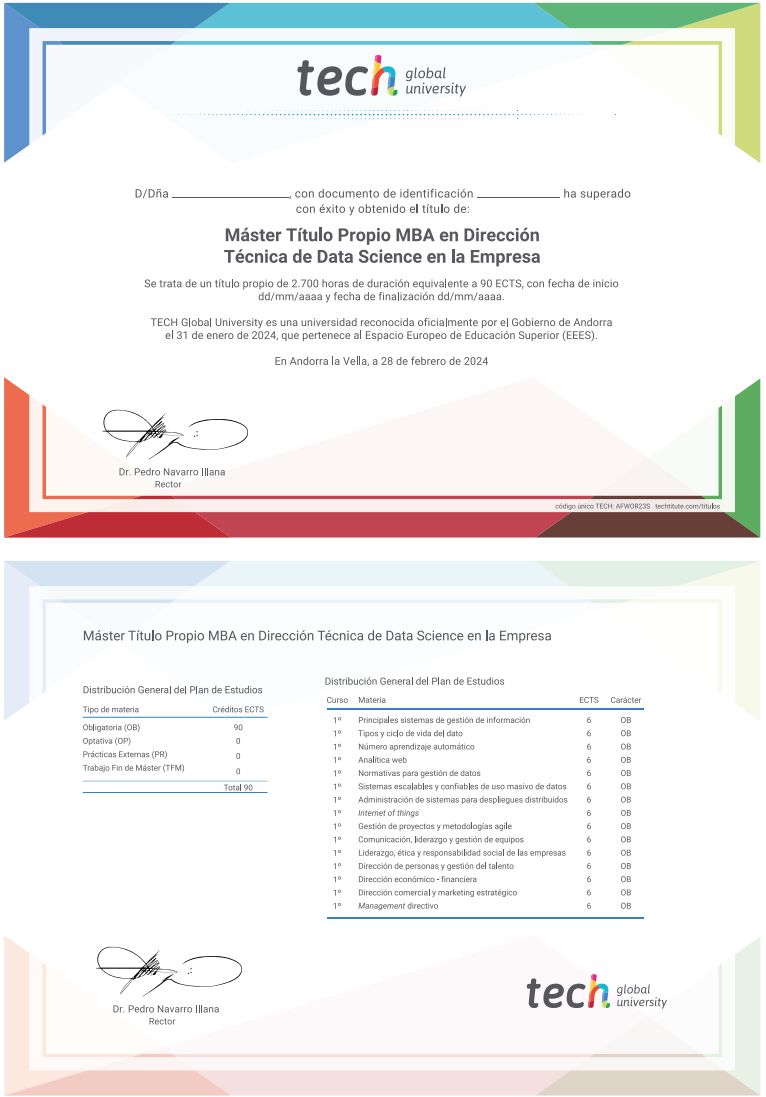
Aval/Membresía

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Marketing (CMO, Chief Marketing Officer)**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



tech global university

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

**Máster Título Propio MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa**

Se trata de un título propio de 2.700 horas de duración equivalente a 90 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

Máster Título Propio MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa

Distribución General del Plan de Estudios

| Tipo de materia | Créditos ECTS |
|---|---|
| Obligatoria (OB) | 90 |
| Optativa (OP) | 0 |
| Prácticas Externas (PR) | 0 |
| Trabajo Fin de Máster (TFM) | 0 |
| | Total 90 |

Distribución General del Plan de Estudios

| Curso | Materia | ECTS | Carácter |
|---|---|---|---|
| 1º | Principales sistemas de gestión de información | 6 | OB |
| 1º | Tipos y ciclo de vida del dato | 6 | OB |
| 1º | Número aprendizaje automático | 6 | OB |
| 1º | Analítica web | 6 | OB |
| 1º | Normativas para gestión de datos | 6 | OB |
| 1º | Sistemas escalables y confiables de uso masivo de datos | 6 | OB |
| 1º | Administración de sistemas para despliegues distribuidos | 6 | OB |
| 1º | *Internet of things* | 6 | OB |
| 1º | Gestión de proyectos y metodologías agile | 6 | OB |
| 1º | Comunicación, liderazgo y gestión de equipos | 6 | OB |
| 1º | Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas | 6 | OB |
| 1º | Dirección de personas y gestión del talento | 6 | OB |
| 1º | Dirección económico - financiera | 6 | OB |
| 1º | Dirección comercial y marketing estratégico | 6 | OB |
| 1º | *Management* directivo | 6 | OB |

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

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

tech global university

# Máster Título Propio
## MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa

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

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa

Aval/Membresía