Grand Master de Formación Permanente
Alta Dirección de Industrias Creativas

tech universidad

Grand Master de Formación Permanente
Alta Dirección de Industrias Creativas

- Modalidad: **online**
- Duración: **15 meses**
- Titulación: **TECH Universidad**
- Acreditación: **120 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/grand-master/grand-master-alta-direccion-industrias-creativas**

Índice

01 Presentación del programa — pág. 4

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

03 Plan de estudios — pág. 12

04 Objetivos docentes — pág. 28

05 Salidas profesionales — pág. 34

06 Metodología de estudio — pág. 38

07 Cuadro docente — pág. 48

08 Titulación — pág. 70

01

Presentación del programa

Las Industrias Creativas han experimentado un notable crecimiento en las últimas décadas. Nuevas herramientas digitales, metodologías innovadoras y enfoques estratégicos han transformado este sector, que se erige como un motor de desarrollo económico, cultural y social. A pesar de los avances, la creatividad y la gestión siguen siendo los pilares que impulsan la innovación en un área en constante evolución. Por ello, contar con profesionales altamente cualificados y con experiencia en la Dirección de Empresas Creativas es fundamental para liderar este sector con éxito. Este es el objetivo de TECH, que ha diseñado un programa único, ofreciendo a los alumnos los conocimientos más actualizados y relevantes en el ámbito de la alta dirección de Industrias Creativas.

Especialízate en la Alta Dirección De Industrias Creativas y lidera empresas innovadoras hacia el éxito en un entorno competitivo e internacional"

Las Industrias Creativas tienen un impacto transversal en múltiples sectores económicos, desde la cultura y el entretenimiento hasta la comunicación y el diseño. En el ámbito del periodismo, estas industrias desempeñan un papel clave al permitir la creación de contenidos innovadores y formatos digitales que conectan de manera más efectiva con las audiencias. La gestión eficiente de estas empresas se presenta como un desafío y, al mismo tiempo, como una oportunidad de crecimiento para aquellos profesionales que buscan destacarse en un mercado competitivo. Consciente de ello, TECH ha desarrollado un programa integral que combina aspectos técnicos, estratégicos y creativos para formar a los líderes del futuro en este sector.

El programa aborda los conceptos fundamentales de las Industrias Creativas, explorando su evolución desde la perspectiva cultural, económica y tecnológica. Desde el análisis de la creación y gestión de marcas hasta la implementación de estrategias de marketing digital, los alumnos aprenderán a identificar oportunidades, liderar proyectos innovadores y optimizar la gestión económica de las empresas. Además, este plan incluye una sólida base en liderazgo, dirección estratégica y metodologías como el *Future Thinking*, permitiendo a los profesionales anticiparse a las tendencias y afrontar con éxito los retos del mañana.

Una de las principales ventajas de este programa es su modalidad 100% online, que permite a los estudiantes organizar su tiempo de manera flexible, sin necesidad de desplazamientos ni horarios rígidos. Esta característica lo hace especialmente atractivo para aquellos que buscan compaginar su preparación con otras responsabilidades personales o profesionales.

Este **Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de Industrias Creativas** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Industrias Creativas
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la dirección de Industrias Creativas
- 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

"Conquista el mercado creativo con gestión eficiente y potencia el desarrollo cultural y económico"

Un programa 100% online diseñado para que puedas aprender sobre las Industrias Creativas desde cualquier lugar y en el horario que mejor se ajuste a tus necesidades"

TECH pone a tu disposición metodologías innovadoras que integran creatividad y gestión, adaptadas a las exigencias del sector actual.

Domina las Industrias Creativas con herramientas prácticas que te impulsarán a liderar y alcanzar el éxito.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de las Industrias Creativas, 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 Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

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

La universidad mejor valorada por sus alumnos

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

03

Plan de estudios

Los materiales de este programa han sido diseñados por expertos en Industrias Creativas, combinando teoría y práctica para abordar los principales retos de gestión, innovación y liderazgo en este sector. Gracias a esto, el plan de estudios permite a los egresados identificar oportunidades en un mercado en constante cambio y aplicar estrategias innovadoras para el desarrollo de proyectos creativos. Adicionalmente, el contenido profundiza en las metodologías más avanzadas para impulsar la creatividad y optimizar la gestión empresarial.

Impulsarás proyectos creativos y liderarás equipos hacia el éxito en un sector altamente competitivo"

Módulo 1. Liderazgo, ética y RS

1.1. Globalización y Gobernanza
- 1.1.1. Globalización y tendencias: Internacionalización de mercados
- 1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
- 1.1.3. Accountability o Rendición de Cuentas

1.2. Liderazgo
- 1.2.1. Entorno intercultural
- 1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
- 1.2.3. Roles y responsabilidades directivas

1.3. Ética empresarial
- 1.2.1. Ética e integridad
- 1.3.2. Comportamiento ético en las empresas
- 1.3.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
- 1.3.4. Prevención del fraude y de la corrupción

1.4. Sostenibilidad
- 1.4.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
- 1.4.2. Impacto social, ambiental y económico
- 1.4.3. Agenda 2030 y ODS

1.5. Responsabilidad Social de la Empresa
- 1.5.1. Responsabilidad Social de las empresas
- 1.5.2. Roles y responsabilidades
- 1.5.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional
- 2.1.1. Cultura organizacional
- 2.1.2. Análisis de las organizaciones
- 2.1.3. Diseño de la estructura organizacional

2.2. Estrategia Corporativa
- 2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
- 2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
- 2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
- 2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional

2.3. Planificación y Formulación Estratégica
- 2.3.1. Pensamiento estratégico
- 2.3.2. Planificación y Formulación Estratégica
- 2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa

2.4. Modelos y Patrones Estratégicos
- 2.4.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
- 2.4.2. Estrategia Corporativa: Metodologías
- 2.4.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa

2.5. Dirección Estratégica
- 2.5.1. Misión, visión y valores estratégicos
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Cuadro de Mando
- 2.5.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
- 2.5.4. Dirección estratégica y *reporting*

2.6. Implantación y ejecución estratégica
- 2.6.1. Implantación estratégica: Objetivos, acciones e impactos
- 2.6.2. Supervisión y alineación estratégica
- 2.6.3. Enfoque de mejora continua

2.7. *Management* Directivo
- 2.7.1. Integración funcional de la estrategia corporativa
- 2.7.2. *Management* directivo y desarrollo de procesos
- 2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Análisis y resolución de casos/problemas
- 2.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
- 2.8.2. Método del Caso
- 2.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones

Módulo 3. Dirección de Personas y Gestión del Talento

3.1. Comportamiento organizacional
- 3.1.1. Teoría de las organizaciones
- 3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
- 3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

3.2. Dirección estratégica de personas
- 3.2.1. Dirección de personas y alineación estratégica
- 3.2.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
- 3.2.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
- 3.2.4. Formación y desarrollo profesional

3.3. Desarrollo directivo y liderazgo
- 3.3.1. Capacidades directivas: Competencias y habilidades del siglo XXI
- 3.3.2. Habilidades no directivas
- 3.3.3. Mapa de competencias y habilidades
- 3.3.4. Liderazgo y dirección de personas

3.4. Gestión del cambio
- 3.4.1. Análisis organizacional
- 3.4.2. Planteamiento estratégico
- 3.4.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
- 3.4.4. Enfoque de mejora continua

3.5. Negociación y gestión de conflictos
- 3.5.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
- 3.5.2. Técnicas de negociación efectiva
- 3.5.3. Conflictos: factores y tipologías
- 3.5.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación

3.6. Comunicación directiva
- 3.6.1. Estrategia corporativa y comunicación directiva
- 3.6.2. Comunicación interna: influencia e impacto
- 3.6.3. Comunicación interpersonal: habilidades y gestión de equipos

3.7. Gestión de equipos y desempeño de personas
- 3.7.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
- 3.7.2. Gestión de equipos y de personas
- 3.7.3. Coaching y desempeño de personas
- 3.7.4. Reuniones directivas: Planificación y gestión de tiempos

3.8. Gestión del conocimiento y del talento
- 3.8.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
- 3.8.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
- 3.8.3. Creatividad e innovación

Módulo 4. Dirección Económico-financiera

4.1. Entorno Económico
- 4.1.1. Teoría de las organizaciones
- 4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
- 4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

4.2. Contabilidad Directiva
- 4.2.1. Marco internacional de Contabilidad
- 4.2.2. Introducción al ciclo contable
- 4.2.3. Estados Contables de las empresas
- 4.2.4. Análisis de los Estados Contables: toma de decisiones

4.3. Presupuesto y Control de Gestión
- 4.3.1. Planificación Presupuestaria
- 4.3.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
- 4.3.3. Supervisión y *reporting*

4.4. Responsabilidad fiscal de las empresas
- 4.4.1. Responsabilidad fiscal corporativa
- 4.4.2. Procedimiento tributario: Aproximación a un caso-país

4.5. Sistemas de control de las empresas
- 4.5.1. Tipologías de Control
- 4.5.2. Cumplimiento Normativo/*Compliance*
- 4.5.3. Auditoría Interna
- 4.5.4. Auditoría Externa

4.6. Dirección Financiera
- 4.6.1. Introducción a la Dirección Financiera
- 4.6.2. Dirección Financiera y estrategia corporativa
- 4.6.3. Director financiero o *Chief Financial Officer* (CFO): competencias directivas

4.7. Planificación Financiera
- 4.7.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
- 4.7.2. Herramientas de análisis financiero
- 4.7.3. Planificación Financiera a corto plazo
- 4.7.4. Planificación Financiera a largo plazo

4.8. Estrategia Financiera Corporativa
- 4.8.1. Inversiones Financieras Corporativas
- 4.8.2. Crecimiento estratégico: tipologías

4.9. Contexto Macroeconómico
- 4.9.1. Análisis Macroeconómico
- 4.9.2. Indicadores de coyuntura
- 4.9.3. Ciclo económico

4.10. Financiación Estratégica
- 4.10.1. Negocio Bancario: Entorno actual
- 4.10.2. Análisis y gestión del riesgo

4.11. Mercados monetarios y de capitales
- 4.11.1. Mercado de Renta Fija
- 4.11.2. Mercado de Renta Variable
- 4.11.3. Valoración de empresas

4.12. Análisis y resolución de casos/problemas
- 4.12.1. Metodología de Resolución de Problemas
- 4.12.2. Método del Caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección de las operaciones
- 5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
- 5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
- 5.1.3. Sistemas de indicadores

5.2. Dirección de compras
- 5.2.1. Gestión de *Stocks*
- 5.2.2. Gestión de almacenes
- 5.2.3. Gestión de compras y aprovisionamiento

5.3. *Supply chain management* (1)
- 5.3.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 5.3.2. Cambio en los patrones de demanda
- 5.3.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

5.4. *Supply chain management* (2). Ejecución
- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Dirección logística
- 5.4.3. Compras

5.5. Procesos logísticos
- 5.5.1. Organización y gestión por procesos
- 5.5.2. Aprovisionamiento, producción, distribución

5.3. Calidad, costes de calidad y herramientas

5.4. Servicio posventa

5.6. Logística y clientes
- 5.6.1. Análisis de demanda y previsión
- 5.6.2. Previsión y planificación de ventas
- 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*

5.7. Logística internacional
- 5.7.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
- 5.7.2. Formas y medios de pago internacional
- 5.7.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.8. Competir desde operaciones
- 5.8.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
- 5.8.2. Tecnologías y ciencias emergentes
- 5.8.3. Sistemas de información en las operaciones

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Dirección de sistemas de información
- 6.1.1. Sistemas de información empresarial
- 6.1.2. Decisiones estratégicas
- 6.1.3. Rol del CIO

6.2. Tecnologías de la información y estrategia empresarial
- 6.2.1. Análisis de empresa y sectores industriales
- 6.2.2. Modelos de negocio basados en internet
- 6.2.3. El valor de la IT en la empresa

6.3. Planificación estratégica de SI
- 6.3.1. El proceso de planificación estratégica
- 6.3.2. Formulación de la estrategia de SI
- 6.3.3. Plan de implantación de la estrategia

6.4. Sistemas de información y *business intelligence*
- 6.4.1. CRM y *Business Intelligence*
- 6.4.2. Gestión de Proyectos de *Business Intelligence*
- 6.4.3. Arquitectura de *Business Intelligence*

6.5. Nuevos modelos de negocio basados en las TIC
- 6.5.1. Modelos de negocio de base tecnológica
- 6.5.2. Capacidades para innovar
- 6.5.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

6.6. Comercio electrónico
- 6.6.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
- 6.6.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
- 6.6.3. E-Commerce como oportunidad de Internacionalización

6.7. Estrategias de e-Business
- 6.7.1. Estrategias en Social Media
- 6.7.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
- 6.7.3. Regulación digital

6.8. Digital *business*
- 6.8.1. Mobile *e-Commerce*
- 6.8.2. Diseño y usabilidad
- 6.8.3. Operaciones del comercio electrónico

Módulo 7. Dirección Comercial, Marketing y Comunicación Corporativa

7.1. Dirección Comercial
- 7.1.1. Dirección de ventas
- 7.1.2. Estrategia comercial
- 7.1.3. Técnicas de venta y de negociación
- 7.1.4. Dirección de equipos de ventas

7.2. Marketing
- 7.2.1. Marketing e impacto en la empresa
- 7.2.2. Variables básicas del Marketing
- 7.2.3. Plan de Marketing

7.3. Gestión estratégica de Marketing
- 7.3.1. Tendencias actuales en Marketing
- 7.3.2. Herramientas de Marketing
- 7.3.3. Estrategia de Marketing y comunicación con los clientes

7.4. Estrategia de ventas y de comunicación
- 7.4.1. Posicionamiento y promoción
- 7.4.2. Relaciones Públicas
- 7.4.3. Estrategia de ventas y de comunicación

7.5. Comunicación Corporativa
- 7.5.1. Comunicación interna y externa
- 7.5.2. Departamentos de Comunicación
- 7.5.3. Directivos de Comunicación (DIRCOM): competencias directivas y responsabilidades

7.6. Estrategia de Comunicación Corporativa
- 7.6.1. Estrategia Corporativa de Comunicación
- 7.6.2. Plan de Comunicación
- 7.6.3. Redacción de Comunicados de Prensa/Clipping/*Publicity*

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

8.1. Innovación
- 8.1.1. Macro Conceptual de la innovación
- 8.1.2. Tipologías de innovación
- 8.1.3. Innovación continua y discontinua
- 8.1.4. Formación e Innovación

8.2. Estrategia de Innovación
- 8.2.1. Innovación y estrategia corporativa
- 8.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
- 8.2.3. Talleres de innovación

8.3. Diseño y validación del modelo de negocio
- 8.3.1. Metodología *Lean Startup*
- 8.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas

8.4. Modalidades de financiación
- 8.4.1. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo canvas y métricas
- 8.4.2. Crecimiento y fidelización

8.5. Dirección y Gestión de Proyectos
- 8.5.1. Oportunidades de innovación
- 8.5.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
- 8.5.3. Definición y diseño de los proyectos
- 8.5.4. Ejecución de los Proyectos
- 8.5.5. Cierre de Proyectos

Módulo 9. Nuevas Industrias Creativas

9.1. Nuevas Industrias Creativas
- 9.1.1. De la industria cultural a la Industria Creativa
- 9.1.2. Las Industrias Creativas actuales
- 9.1.3. Actividades y sectores que componen las Industrias Creativas

9.2. Peso económico de las Industrias Creativas en la actualidad
- 9.2.1. Contribución
- 9.2.2. Impulsores de crecimiento y de cambio
- 9.2.3. Panorama laboral en las Industrias Creativas

9.3. Nuevo contexto global de las Industrias Creativas
- 9.3.1. Radiografía de las Industrias Creativas en el mundo
- 9.3.2. Fuentes de financiación de las Industrias Creativas en cada país
- 9.3.3. Casos prácticos: modelos de gestión y políticas públicas

9.4. El patrimonio natural y cultural
- 9.4.1. Patrimonio histórico y cultural
- 9.4.2. Productos derivados y servicios de museos, sitios arqueológicos, históricos y paisajes culturales
- 9.4.3. Patrimonio cultural intangible

9.5. Artes visuales
- 9.5.1. Artes plásticas
- 9.5.2. Fotografía
- 9.5.3. Artesanía

9.6. Artes escénicas
- 9.6.1. Teatro y danza
- 9.6.2. Música y festivales
- 9.6.3. Ferias y circo

9.7. Medios audiovisuales
- 9.7.1. Películas, TV y contenido audiovisual
- 9.7.2. Radio, Podcasts y contenido auditivo
- 9.7.3. Videojuegos

9.8. Publicaciones actuales
- 9.8.1. Literatura, ensayo y poesía
- 9.8.2. Editoriales
- 9.8.3. Prensa

9.9. Servicios creativos
- 9.9.1. Diseño y Moda
- 9.9.2. Arquitectura y Paisajismo
- 9.9.3. Publicidad

9.10. Conexiones de la Economía Creativa o Economía Naranja
- 9.10.1. Modelo cascada – círculos concéntricos
- 9.10.1. Spillovers creativos, de producción y de conocimiento
- 9.10.2. Cultura al servicio de la Economía Creativa

Módulo 10. Protección de productos creativos e intangibles

10.1. Protección jurídica de activos intangibles
10.2. Propiedad Intelectual I
10.3. Propiedad Intelectual II
10.4. Propiedad Intelectual III
10.5. Propiedad Industrial I: Marcas
10.6. Propiedad Industrial II: Diseños Industriales
10.7. Propiedad Industrial III: Patentes y Modelos de Utilidad
10.8. Propiedad Intelectual e Industrial: Práctica
10.9. Derecho Publicitario I
10.10. Derecho Publicitario II

Módulo 11. Gestión económica y financiera de empresas Creativas

11.1. La necesaria sostenibilidad económica
- 11.1.2. La estructura financiera de una empresa creativa

11.2. La contabilidad en una empresa creativa
- 11.2.1. Triple balance

11.3. Los ingresos y los gastos de una empresa creativa actual
- 11.3.1. Contabilidad de costes
- 11.3.2. Tipo de costes
- 11.3.3. Asignación de costes

11.4. Los tipos de beneficio en la empresa
- 11.4.1. Margen de contribución
- 11.4.2. Punto de equilibrio
- 11.4.3. Evaluación de alternativas

11.5. La inversión en el sector creativo
- 11.5.1. La inversión en la industria creativa
- 11.5.2. Valoración de una inversión
- 11.5.3. El método VAN: Valor Actual Neto

11.6. La rentabilidad en la industria creativa
- 11.6.1. Rentabilidad económica
- 11.6.2. Rentabilidad del tiempo
- 11.6.3. Rentabilidad financiera

11.7. La tesorería: liquidez y solvencia
- 11.7.1. Flujo de caja
- 11.7.2. Balance y cuenta de resultados
- 11.7.3. Liquidación y apalancamiento

11.8. Fórmulas de financiación actualmente en el mercado creativo
- 11.8.1. Fondos de capital riesgo
- 11.8.2. *Business Angels*
- 11.8.3. Convocatorias y subvenciones

11.9. El precio del producto en la industria creativa
- 11.9.1. Fijación de precios
- 11.9.2. Ganancia Vs. Competencia
- 11.9.3. La estrategia de precios

11.10. Estrategia de precios en el sector creativo
- 11.10.1. Tipos de estrategias de precio
- 11.10.2. Ventajas
- 11.10.3. Desventajas

11.11. Presupuestos operativos
- 11.11.1. Herramienta de planificación estratégica
- 11.11.2. Elementos incluidos en el presupuesto operativo
- 11.11.3. Desarrollo y ejecución del presupuesto operativo

Módulo 12. *Futures Thinking:* cómo transformar el hoy desde el mañana

12.1. Metodología *Futures Thinking*
- 12.1.1. El *Futures Thinking*
- 12.1.2. Beneficios del uso de esta metodología
- 12.1.3. El papel del "futurista" en la empresa creativa

12.2. Señales de cambio
- 12.2.1. La señal de cambio
- 12.2.2. Identificación de las señales de cambio
- 12.2.3. La interpretación de las señales

12.3. Tipos de futuros
- 12.3.1. Viaje al pasado
- 12.3.2. Los cuatro tipos de futuros
- 12.3.3. Aplicación de la metodología *Futures Thinking* en el trabajo

12.4. *Future Forecasting*
- 12.4.1. En busca de *drivers*
- 12.4.2. Cómo crear una previsión de futuro
- 12.4.3. Cómo escribir un futuro escenario

12.5. Técnicas de estimulación mental
- 12.5.1. Pasado, Futuro y Empatía
- 12.5.2. Hechos Vs Experiencia
- 12.5.3. Caminos alternativos

12.6. Previsión colaborativa
- 12.6.1. El futuro como un juego
- 12.6.2. Future *Wheel*
- 12.6.3. El futuro desde distintos enfoques
- 12.6.4. Victorias épicas

12.7. Del descubrimiento a la propuesta de innovación
- 12.7.1. La victoria épica
- 12.7.2. La equidad en el juego del futuro

12.8. Futuros preferentes
- 12.8.1. El futuro preferente
- 12.8.2. Técnicas
- 12.8.3. Trabajar desde el futuro hacia atrás

12.9. De la predicción a la acción
- 12.9.1. Imágenes del futuro
- 12.9.2. Artefactos del futuro
- 12.9.3. Hoja de ruta

12.10. ODS. Una visión global y multidisciplinar del futuro
- 12.10.1. Desarrollo sostenible como objetivo mundial
- 12.10.2. La gestión del ser humano en la naturaleza
- 12.10.2. Sostenibilidad social

Módulo 13. Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas

13.1. El usuario en el contexto actual
- 13.1.1. El cambio del consumidor en los últimos tiempos
- 13.1.2. La importancia de la investigación
- 13.1.3. Análisis de Tendencias

13.2. Estrategia con la persona en el centro
- 13.2.1. La estrategia *human centric*
- 13.2.2. Claves y beneficios de ser *human centric*
- 13.2.3. Casos de éxito

13.3. El dato en la estrategia *human centric*
- 13.3.1. El dato en la estrategia *human centric*
- 13.3.2. El valor del dato
- 13.3.3. Vista 360º del cliente

13.4. Implantación de la estrategia *human centric* en la industria creativa
- 13.4.1. Transformación de información dispersa en conocimiento del cliente
- 13.4.2. Análisis de la oportunidad
- 13.4.3. Estrategias e iniciativas de maximización

13.5. Metodología *human centric*
- 13.5.1. De la investigación al prototipado
- 13.5.2. Modelo de doble diamante: Proceso y fases
- 13.5.3. Herramientas

13.6. *Design thinking*
- 13.6.1. El *design thinking*
- 13.6.2. Metodología
- 13.6.3. Técnicas y herramientas de *design thinking*

13.7. El posicionamiento de la marca en la mente del usuario
- 13.7.1. El análisis de posicionamiento
- 13.7.2. Tipología
- 13.7.3. Metodología y herramientas

13.8. *User insights* en las empresas creativa
- 13.8.1. Los *insights* y su importancia
- 13.8.2. *Customer journey* y la relevancia del *journey map*
- 13.8.3. Técnicas de investigación

13.9. El perfil de los usuarios (arquetipos y buyer persona)
- 13.9.1. Arquetipos
- 13.9.2. Buyer persona
- 13.9.3. Metodología de análisis

13.10. Recursos y técnicas de investigación
- 13.10.1. Técnicas en contexto
- 13.10.2. Técnicas de visualización y creación
- 13.10.3. Técnicas de contrastes de voces

Módulo 14. Creative *Branding*: Comunicación y gestión de marcas creativas

14.1. *Brands and branding*
- 14.1.1. Las marcas
- 14.1.2. Evolución del *branding*
- 14.1.3. Posicionamiento, personalidad de marca, notoriedad

14.2. Construcción de la marca
- 14.2.1. Marketing mix
- 14.2.2. Arquitectura de marca
- 14.2.3. Identidad de marca

14.3. Expresión de la marca
- 14.3.1. Identidad gráfica
- 14.3.2. Expresión visual
- 14.3.3. Otros elementos que reflejan la marca

14.4. Comunicación
- 14.4.1. Enfoques
- 14.4.2. *Brand touchpoints*
- 14.4.3. Técnicas y herramientas de comunicación

14.5. *Brand content*
- 14.5.1. De marcas a plataformas de entretenimiento
- 14.5.2. El auge del contenido de marca
- 14.5.3. Conectar con la audiencia a través de relatos únicos

14.6. *Visual Storytelling*
- 14.6.1. El análisis de la marca
- 14.6.2. Conceptos publicitarios creativos
- 14.6.3. La venta creativa

14.7. *Customer experience*
- 14.7.1. *Customer Experience* (CX)
- 14.7.2. *Customer journey*
- 14.7.3. Alineación de la marca y CX

14.8. Planificación estratégica
- 14.8.1. Objetivos
- 14.8.2. Identificación de públicos e insights
- 14.8.3. Diseño de la estrategia

14.9. *Performance*
- 14.9.1. El *briefing*
- 14.9.2. Tácticas
- 14.9.3. Plan de producción

14.10. Evaluación
- 14.10.1. Qué evaluar
- 14.10.2. Cómo evaluar (herramientas de medición)
- 14.10.3. Informes de resultados

Módulo 15. Liderazgo e innovación en las Industrias Creativas

15.1. Creatividad aplicada a la industria
- 15.1.1. La expresión creativa
- 15.1.2. Los recursos creativos
- 15.1.3. Técnicas creativas

15.2. La nueva cultura innovadora
- 15.2.1. El contexto de la innovación
- 15.2.2. Por qué falla la innovación
- 15.2.3. Teorías académicas

15.3. Dimensiones y palancas de la innovación
- 15.3.1. Los planos o dimensiones de la innovación
- 15.3.2. Actitudes para la innovación
- 15.3.3. El intraemprendimiento y la tecnología

15.4. Restricciones y obstáculos de la innovación en la industria creativa
- 15.4.1. Restricciones personales y de grupo
- 15.4.2. Restricciones sociales y organizaciones
- 15.4.3. Restricciones industriales y tecnológicas

15.5. Innovación cerrada e Innovación abierta
- 15.5.1. De la innovación cerrada a la innovación abierta
- 15.5.2. Prácticas para implementar la innovación abierta
- 15.5.3. Experiencias de innovación abierta en empresas

15.6. Modelos de negocio innovadores en las IICC
- 15.6.1. Tendencias empresariales en la economía creativa
- 15.6.2. Casos de estudio
- 15.6.3. Revolución del sector

15.7. Liderar y gestionar una estrategia de innovación
- 15.7.1. Impulsar la adopción
- 15.7.2. Liderar el proceso
- 15.7.3. Portfolio Maps

15.8. Financiar la innovación
- 15.8.1. CFO: inversor de capital riesgo
- 15.8.2. Financiación dinámica
- 15.8.3. Respuesta a los retos

15.9. Hibridación: innovar en la economía creativa
- 15.9.1. Intersección de sectores
- 15.9.2. Generación de soluciones disruptivas
- 15.9.3. El efecto Medici

15.10. Nuevos ecosistemas creativos e innovadores
- 15.10.1. Generación de entornos innovadores
- 15.10.2. La creatividad como estilo de vida
- 15.20.3. Icosistemas

Módulo 16. Transformación digital en la industria creativa

16.1. *Digital Future* de la industria creativa
- 16.1.1. La transformación digital
- 16.1.2. Situación del sector y su comparativa
- 16.1.3. Retos de futuro

16.2. Cuarta Revolución Industrial
- 16.2.1. Revolución Industrial
- 16.2.2. Aplicación
- 16.2.3. Impactos

16.3. Habilitadores digitales para el crecimiento
- 16.3.1. Efectividad operativa, aceleración y mejora
- 16.3.2. Transformación digital continua
- 16.3.3. Soluciones y servicios para las Industrias Creativas

16.4. La aplicación del *Big Data* a la empresa
- 16.4.1. Valor del dato
- 16.4.2. El dato en la toma de decisiones
- 16.4.3. *Data driven company*

16.5. Tecnología cognitiva
- 16.5.1. IA y *Digital Interaction*
- 16.5.2. Iot y robótica
- 16.5.3. Otras prácticas digitales

16.6. Usos y aplicaciones de la tecnología *blockchain*
- 16.6.1. *Blockchain*
- 16.6.2. Valor para el sector de las IICC
- 16.6.3. Versatilidad de las transacciones

16.7. La omnicanalidad y el desarrollo del transmedia
- 16.7.1. Impacto en el sector
- 16.7.2. Análisis del reto
- 16.7.3. Evolución

16.8. Ecosistemas de emprendimiento
- 16.8.1. El papel de la innovación y el venture capital
- 16.8.2. El ecosistema *startup* y los agentes que lo conforman
- 16.8.3. Cómo maximizar la relación entre el agente creativo y las *startup*

16.9. Nuevos modelos de negocio disruptivos
- 16.9.1. Basado en la comercialización (plataformas y *marketplaces*)
- 16.9.2. Basado en la prestación de servicios (modelos freemium, premium o suscripción)
- 16.9.3. Basado en comunidades (desde el *crowdfunding*, Redes Sociales o blogs)

16.10. Metodologías para promover la cultura de innovación en la industria creativa
- 16.10.1. Estrategia de innovación del océano azul
- 16.10.2. Estrategia de innovación de *Lean Starup*
- 16.10.3. Estrategia de innovación Agile

Módulo 17. Nuevas estrategias de Marketing Digital

17.1. Tecnología y audiencias
- 17.1.1. La estrategia digital y diferencias entre el tipo de usuario
- 17.1.2. El público objetivo, factores excluyentes y Generaciones
- 17.1.3. El Ideal *Costumer Profile* (ICP) y la buyer persona

17.2. Analítica digital para el diagnóstico
- 17.2.1. Analítica previa a la estrategia digital
- 17.2.2. Momento 0
- 17.2.3. KPI y métrica, tipologías, clasificación según metodologías

17.3. *E-entertainment*: el impacto del *e-commerce* en la industria del entretenimiento
- 17.3.1. *E-commerce*, tipologías y plataformas
- 17.3.2. La importancia del diseño web: UX y UI
- 17.3.3. Optimización del espacio online: necesidades mínimas

17.4. *Social media* e *influencer* marketing
- 17.4.1. Impacto y evolución del marketing en redes
- 17.4.2. La persuasión, claves del contenido y de acciones virales
- 17.4.3. Planificar campañas de social marketing e influencer marketing

17.5. *Mobile* marketing
- 17.5.1. Usuario Mobile
- 17.5.2. Web *Mobile* y Aps
- 17.5.3. Acciones *mobile* marketing

17.6. Publicidad en entornos online
- 17.6.1. La publicidad en RRSS y objetivos de los Social Ads
- 17.6.2. El embudo de conversión o purchase funnel: categorías
- 17.6.3. Plataformas de Social Ads

17.7. La metodología *Inbound* Marketing
- 17.7.1. *Social Selling*, pilares fundamentales y estrategia
- 17.7.2. La plataforma de CRM en una estrategia digital
- 17.7.3. El *Inbound* Marketing o marketing de atracción: acciones y SEO

17.8. Automatización del marketing
- 17.8.1. Email Marketing y tipología de emails
- 17.8.2. La automatización del Email Marketing, aplicaciones, plataformas y ventajas
- 17.8.3. La aparición del Bot & Chatbot Marketing: tipología y plataformas

17.9. Herramientas de gestión de datos
- 17.9.1. CRM en la estrategia digital, tipologías y aplicaciones, plataformas y tendencias
- 17.9.2. *Big Data: Big Data, Business Analytics y Business Intelligence*
- 17.9.3. *Big Data*, la Inteligencia Artificial y el *Data Science*

17.10. La medición de la rentabilidad
- 17.10.1. ROI: la definición del retorno de la inversión y ROI vs ROAS
- 17.10.2. Optimización del ROI
- 17.10.3. Métricas clave

Módulo 18. El emprendimiento en las Industrias Creativas

18.1. El proyecto emprendedor
- 18.1.1. Emprendimiento, tipos y ciclo de vida
- 18.1.2. Perfil del emprendedor
- 18.1.3. Temas de interés para emprender

18.2. Liderazgo personal
- 18.2.1. Autoconocimiento
- 18.2.2. Habilidades emprendedoras
- 18.2.3. Desarrollo de capacidades y habilidades de liderazgo emprendedor

18.3. Identificación de oportunidades de innovación y emprendimiento
- 18.3.1. Análisis de megatendencias y fuerzas competitivas
- 18.3.2. Comportamiento del consumidor y estimación de la demanda
- 18.3.3. Evaluación de oportunidades de negocio

18.4. Generación de ideas de negocio en la industria creativa
- 18.4.1. Herramientas para la generación de ideas: *brainstorming*, mapas mentales, *drawstorming*, etc
- 18.4.2. Diseño de propuesta de valor: Canvas, 5W
- 18.4.3. Desarrollo de la propuesta de valor

18.5. Prototipado y validación
- 18.5.1. Desarrollo del prototipo
- 18.5.2. Validación
- 18.5.3. Ajustes de prototipado

18.6. Diseño del modelo de negocio
- 18.6.1. El modelo de negocio
- 18.6.2. Metodologías para la creación de modelos de negocio
- 18.6.3. Diseño del modelo de negocio para idea propuesta

18.7. Liderazgo de equipo
- 18.7.1. Perfiles del equipo según temperamentos y personalidad
- 18.7.2. Habilidades del líder de equipo
- 18.7.3. Métodos de trabajo en equipo

18.8. Mercados culturales
- 18.8.1. Naturaleza de los mercados culturales
- 18.8.2. Tipos de mercados culturales
- 18.8.3. Identificación de mercados culturales de proximidad

18.9. Plan de marketing y branding personal
- 18.9.1. Proyección del proyecto personal y de emprendimiento
- 18.9.2. Plan estratégico a medio y corto plazo
- 18.9.3. Variables de medición de éxito

18.10. Pitch de venta
- 18.10.1. Presentación de proyecto a inversores
- 18.10.2. Elaboración de presentaciones atractivas
- 18.10.3. Desarrollo de habilidades de comunicación eficaz

Módulo 19. Nuevas estrategias de Marketing Digital

19.1. Tecnología y audiencias
- 19.1.1. La estrategia digital y diferencias entre el tipo de usuario
- 19.1.2. El público objetivo, factores excluyentes y Generaciones
- 19.1.3. El Ideal *Costumer Profile* (ICP) y la buyer persona

19.2. Analítica digital para el diagnóstico
- 19.2.1. Analítica previa a la estrategia digital
- 19.2.2. Momento 0
- 19.2.3. KPI y métrica, tipologías, clasificación según metodologías

19.3. *E-entertainment*: El impacto del *e- commerce* en la industria del entretenimiento
- 19.3.1. *E-commerce*, tipologías y plataformas
- 19.3.2. La importancia del diseño web: UX y UI
- 19.3.3. Optimización del espacio online: necesidades mínimas

19.4. *Social media* e *Influencer* Marketing
- 19.4.1. Impacto y evolución del marketing en redes
- 19.4.2. La persuasión, claves del contenido y de acciones virales
- 19.4.3. Planificar campañas de Social Marketing e Influencer Marketing

19.5. *Mobile* Marketing
- 19.5.1. Usuario *Mobile*
- 19.5.2. Web *Mobile* y Aps
- 19.5.3. Acciones *Mobile* Marketing

19.6. Publicidad en entornos online
- 19.6.1. La publicidad en RRSS y objetivos de los Social Ads
- 19.6.2. El embudo de conversión o *purchase funnel*: Categorías
- 19.6.3. Plataformas de Social Ads

19.7. La metodología Inbound Marketing
- 19.7.1. Social *Selling*, pilares fundamentales y estrategia
- 19.7.2. La plataforma de CRM en una estrategia digital
- 19.7.3. El *Inbound* Marketing o marketing de atracción: acciones y SEO

19.8. Automatización del Marketing
- 19.8.1. Email Marketing y tipología de emails
- 19.8.2. La automatización del Email Marketing, aplicaciones, plataformas y ventajas
- 19.8.3. La aparición del Bot & Chatbot Marketing: Tipología y plataformas

19.9. Herramientas de gestión de datos
- 19.9.1. CRM en la estrategia digital, tipologías y aplicaciones, plataformas y tendencias
- 19.9.2. *Big Data: Big Data, Business Analytics* y *Business Intelligence*
- 19.9.3. Big Data, la Inteligencia Artificial y el *Data Science*

19.10. La medición de la rentabilidad
- 19.10.1. ROI: la definición del retorno de la inversión y ROI vs ROAS
- 19.10.2. Optimización del ROI
- 19.10.3. Métricas clave

Módulo 20. El emprendimiento en las Industrias Creativas

20.1. El proyecto emprendedor
- 20.1.1. Emprendimiento, tipos y ciclo de vida
- 20.1.2. Perfil del emprendedor
- 20.1.3. Temas de interés para emprender

20.2. Liderazgo personal
- 20.2.1. Autoconocimiento
- 20.2.2. Habilidades emprendedoras
- 20.2.3. Desarrollo de capacidades y habilidades de liderazgo emprendedor

20.3. Identificación de oportunidades de innovación y emprendimiento
- 20.3.1. Análisis de megatendencias y fuerzas competitivas
- 20.3.2. Comportamiento del consumidor y estimación de la demanda
- 20.3.3. Evaluación de oportunidades de negocio

20.4. Generación de ideas de negocio en la industria creativa
- 20.4.1. Herramientas para la generación de ideas: *Brainstorming*, mapas mentales, *drawstorming*, etc
- 20.4.2. Diseño de propuesta de valor: Canvas, 5W
- 20.4.3. Desarrollo de la propuesta de valor

20.5. Prototipado y validación
- 20.5.1. Desarrollo del prototipo
- 20.5.2. Validación
- 20.5.3. Ajustes de prototipado

20.6. Diseño del modelo de negocio
- 20.6.1. El modelo de negocio
- 20.6.2. Metodologías para la creación de modelos de negocio
- 20.6.3. Diseño del modelo de negocio para idea propuesta

20.7. Liderazgo de equipo
- 20.7.1. Perfiles del equipo según temperamentos y personalidad
- 20.7.2. Habilidades del líder de equipo
- 20.7.3. Métodos de trabajo en equipo

20.8. Mercados culturales
- 20.8.1. Naturaleza de los mercados culturales
- 20.8.2. Tipos de mercados culturales
- 20.8.3. Identificación de mercados culturales de proximidad

20.9. Plan de Marketing y branding personal
- 20.9.1. Proyección del proyecto personal y de emprendimiento
- 20.9.2. Plan estratégico a medio y corto plazo
- 20.9.3. Variables de medición de éxito

20.10. Pitch de venta
- 20.10.1. Presentación de proyecto a inversores
- 20.10.2. Elaboración de presentaciones atractivas
- 20.10.3. Desarrollo de habilidades de comunicación eficaz

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

04

Objetivos docentes

Este programa de TECH representa una oportunidad única para periodistas interesados en liderar la Alta Dirección de Industrias Creativas. Ofrece el contenido más completo sobre gestión empresarial y el desarrollo de nuevas empresas en este sector, permitiendo adquirir las habilidades y destrezas necesarias para dirigir con éxito este tipo de compañías y elevar su nivel profesional.

Con este programa, podrás destacar en un sector altamente competitivo y avanzar significativamente en tu carrera profesional"

Objetivos generales

- Dominar la gestión integral de todas las áreas de la empresa, asegurando su correcto funcionamiento y cumplimiento de objetivos
- Aplicar técnicas y herramientas estratégicas para optimizar procesos y alcanzar metas organizacionales de manera eficiente
- Supervisar y coordinar el desempeño de los departamentos, fomentando la integración y alineación con los objetivos empresariales
- Comprender a profundidad el contexto global y las dinámicas de las Industrias Creativas para liderar su desarrollo exitoso

"Un programa de especialización que te permitirá adentrarte en la alta dirección en las Industrias Creativas"

Objetivos específicos

Módulo 1. Liderazgo, ética y RS

- Desarrollar las habilidades de liderazgo en un entorno ético y responsable
- Promover prácticas empresariales que integren la sostenibilidad social y medioambiental como pilares de la toma de decisiones organizacionales

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* directivo

- Proporcionar las herramientas necesarias para diseñar y ejecutar estrategias empresariales efectivas
- Optimizar el posicionamiento exitoso de las organizaciones en un entorno competitivo y cambiante

Módulo 3. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- Capacitar en la gestión de equipos y el desarrollo del talento humano
- Impulsar un ambiente organizacional positivo y productivo que maximice el rendimiento individual y colectivo

Módulo 4. Dirección Económico-financiera

- Brindar los conocimientos y habilidades necesarios para gestionar los recursos financieros de una empresa
- Mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad económica mediante la toma de decisiones informadas

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- Capacitar en la gestión eficiente de las operaciones y los procesos logísticos dentro de la organización
- Garantizar la optimización de los recursos y la entrega oportuna de productos y servicios

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- Gestionar y optimizar los sistemas de información dentro de la organización
- Asegurar una infraestructura tecnológica que respalde la toma de decisiones y la eficiencia operativa

Módulo 7. Dirección Comercial, Marketing y Comunicación Corporativa

- Desarrollar las habilidades para liderar estrategias comerciales, de marketing y comunicación
- Generar una imagen de marca sólida y eficaz que impulse el crecimiento y la competitividad de la organización

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

- Capacitar en la gestión de proyectos innovadores
- Aplicar metodologías modernas que fomenten la creatividad, la mejora continua y el desarrollo de soluciones disruptivas en la industria

Módulo 9. Nuevas Industrias Creativas

- Comprender las tendencias emergentes en las Industrias Creativas
- Desarrollar estrategias innovadoras que permitan aprovechar las oportunidades de crecimiento en sectores creativos

Módulo 10. Protección de productos creativos e intangibles

- Brindar los conocimientos sobre la protección legal y de propiedad intelectual de productos creativos e intangibles
- Asegurar que los derechos de autor y las innovaciones estén protegidos en un mercado competitivo

Módulo 11. Gestión económica y financiera de empresas Creativas

- Capacitar en la gestión económica y financiera de empresas dentro del sector creativo
- Manejar herramientas para la toma de decisiones que permitan el crecimiento y la sostenibilidad de los proyectos en este sector

Módulo 12. *Futures Thinking*: cómo transformar el hoy desde el mañana

- Desarrollar una mentalidad orientada al futuro, utilizando herramientas de *futures thinking*
- Ser capaz de anticipar tendencias, identificar oportunidades y preparar a las organizaciones para los desafíos que traerá el futuro

Módulo 13. Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas

- Comprender las dinámicas de comportamiento del consumidor en el sector creativo
- Aplicar estrategias de marketing y gestión que permitan satisfacer sus necesidades y generar experiencias que fidelicen a los usuarios

Módulo 14. *Creative Branding*: Comunicación y gestión de marcas creativas

- Brindar conocimientos sobre cómo construir y gestionar marcas creativas que se diferencien en el mercado
- Implementar estrategias de comunicación y branding que refuercen la identidad y posicionamiento de la marca

Módulo 15. Liderazgo e innovación en las Industrias Creativas

- Desarrollar las habilidades de liderazgo necesarias para gestionar equipos y proyectos innovadores dentro de las Industrias Creativas
- Promover un entorno que fomente la creatividad y la innovación constante

Módulo 16. Transformación digital en la Industria Creativa

- Capacitar en las estrategias y herramientas digitales que están transformando la Industria Creativa
- Liderar la adopción de nuevas tecnologías y soluciones digitales en sus organizaciones

Módulo 17. Nuevas estrategias de Marketing Digital

- Proporcionar los conocimientos necesarios para desarrollar y ejecutar estrategias de marketing digital efectivas
- Dominar herramientas y plataformas digitales para aumentar la visibilidad, atraer clientes y generar valor

Módulo 18. El emprendimiento en las Industrias Creativas

- Fomentar las habilidades emprendedoras dentro del sector creativo
- Crear, gestionar y escalar empresas creativas de manera sostenible y exitosa

Módulo 19. Nuevas estrategias de Marketing Digital

- Analizar las últimas tendencias y estrategias en marketing digital
- Diseñar campañas efectivas que optimicen la captación de clientes y la fidelización en un entorno digital competitivo

Módulo 20. El emprendimiento en las Industrias Creativas

- Impulsar el desarrollo de capacidades emprendedoras en los profesionales del sector creativo
- Dirigir proyectos innovadores que aporten valor al mercado

05

Salidas profesionales

Tras finalizar este programa, los profesionales tendrán una sólida comprensión de las estrategias más avanzadas para la gestión y dirección de proyectos en las Industrias Creativas. Al mismo tiempo, estarán capacitados para diseñar, implementar y liderar iniciativas innovadoras que respondan a las demandas de un mercado altamente competitivo. De esta forma, los egresados mejorarán sus perspectivas profesionales y asumirán roles clave en empresas culturales, creativas y tecnológicas.

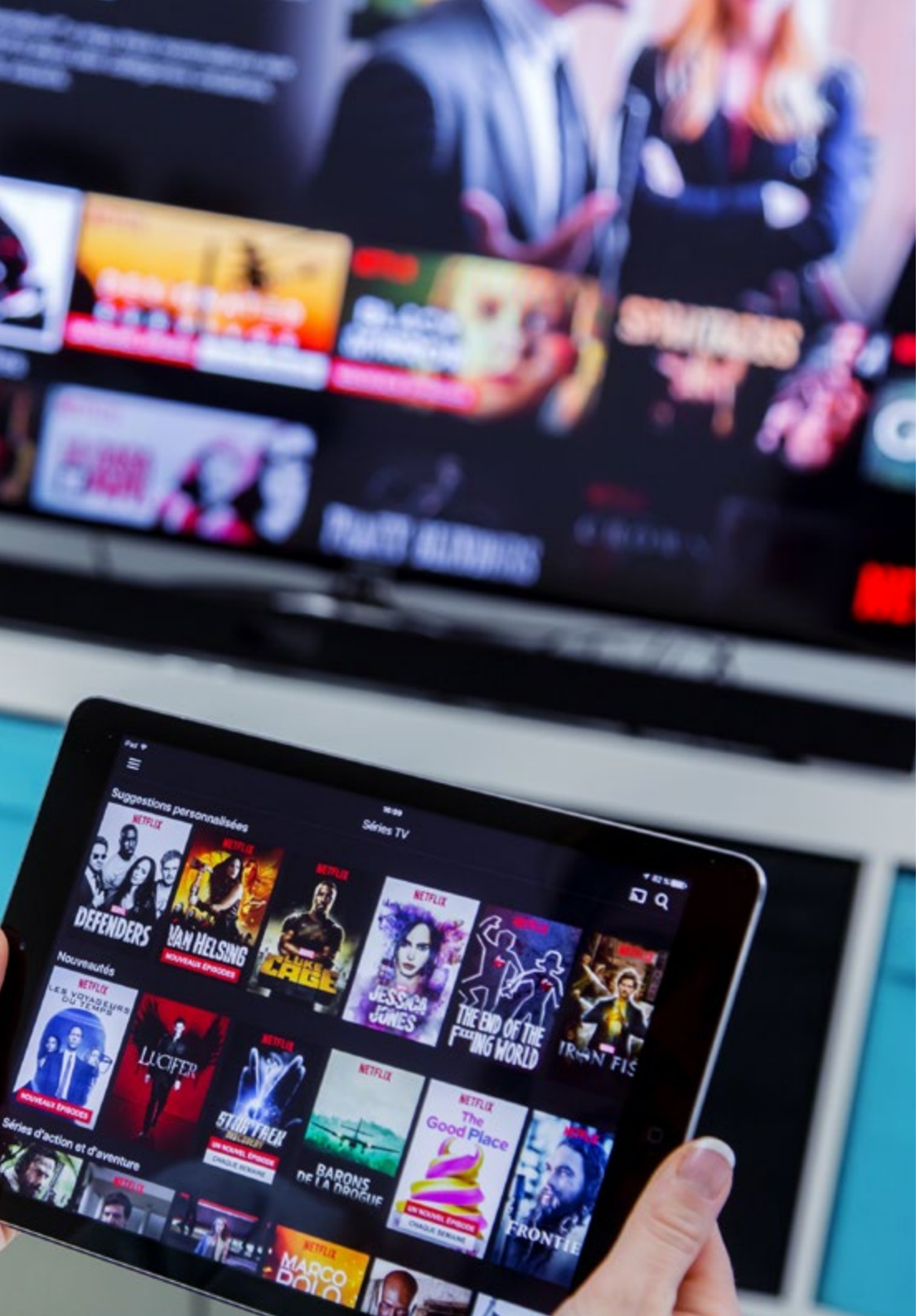
Aplicarás estrategias innovadoras y soluciones creativas para transformar el sector y liderar proyectos de alto impacto"

Perfil del egresado

El egresado del programa en Industrias Creativas es un profesional altamente preparado para liderar proyectos, gestionar recursos y dirigir equipos multidisciplinarios en un entorno globalizado. Posee un profundo conocimiento de las dinámicas de las industrias culturales y creativas, así como de las herramientas tecnológicas y estrategias de negocio necesarias para generar impacto. Además, está capacitado para diseñar estrategias de branding, marketing digital y producción audiovisual, promoviendo la innovación y el desarrollo sostenible en el sector.

Combinarás conocimientos estratégicos con habilidades prácticas para liderar empresas y proyectos creativos en un mercado global.

- **Comunicación Estratégica:** Desarrollarás la capacidad de comunicar ideas de forma efectiva, adaptándote a diferentes audiencias y contextos dentro de las Industrias Creativas
- **Gestión de Proyectos:** Podrás liderar y coordinar iniciativas innovadoras desde su diseño hasta su implementación, optimizando recursos y asegurando el cumplimiento de objetivos
- **Innovación y Pensamiento Crítico:** Analizarás problemas complejos y generarás soluciones creativas que impulsen el desarrollo de proyectos en un entorno dinámico
- **Competencia Digital:** Manejarás herramientas tecnológicas avanzadas y aplicarás estrategias digitales para impulsar la competitividad de las empresas creativas



Después de realizar el Grand Master de Formación Permanente, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Director de Proyectos Creativos:** Líder en planificación, ejecución y evaluación de proyectos en empresas del sector creativo.
2. **Gestor de Innovación Digital:** Diseña estrategias que integren tecnología y creatividad para mejorar la competitividad empresarial.
3. **Productor Audiovisual:** Supervisa todo el proceso de creación de contenido audiovisual, desde la preproducción hasta la distribución.
4. **Brand Manager:** Desarrolla y gestiona marcas creativas, fortaleciendo su posicionamiento en el mercado global.
5. **Consultor Estratégico:** Asesora empresas creativas para implementar soluciones innovadoras y responder a las demandas del mercado.
6. **Especialista en Marketing Digital:** Diseña campañas creativas y utiliza herramientas digitales para conectar marcas con sus audiencias.
7. **Líder de Equipos Multidisciplinarios:** Coordina y motiva equipos diversos para ejecutar proyectos de alto impacto en el sector creativo.
8. **Gestor de Contenidos Culturales:** Promueve y organiza iniciativas culturales que conecten con las audiencias de forma innovadora.

"Completa este programa y alcanza la excelencia profesional, accediendo a posiciones clave en las Industrias Creativas"

06

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los ***case studies*** con el ***Relearning***, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

"En TECH NO tendrás clases en directo (a las que luego nunca puedes asistir)"

Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

"El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras"

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.

Método *Relearning*

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.

"La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Prácticas de habilidades y competencias

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

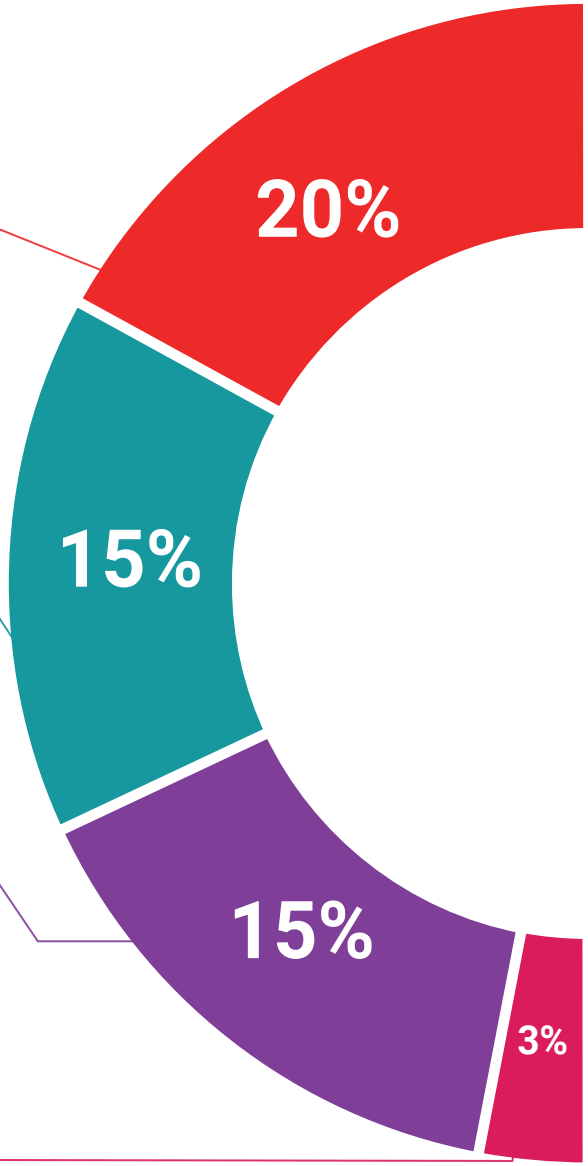
Resúmenes interactivos

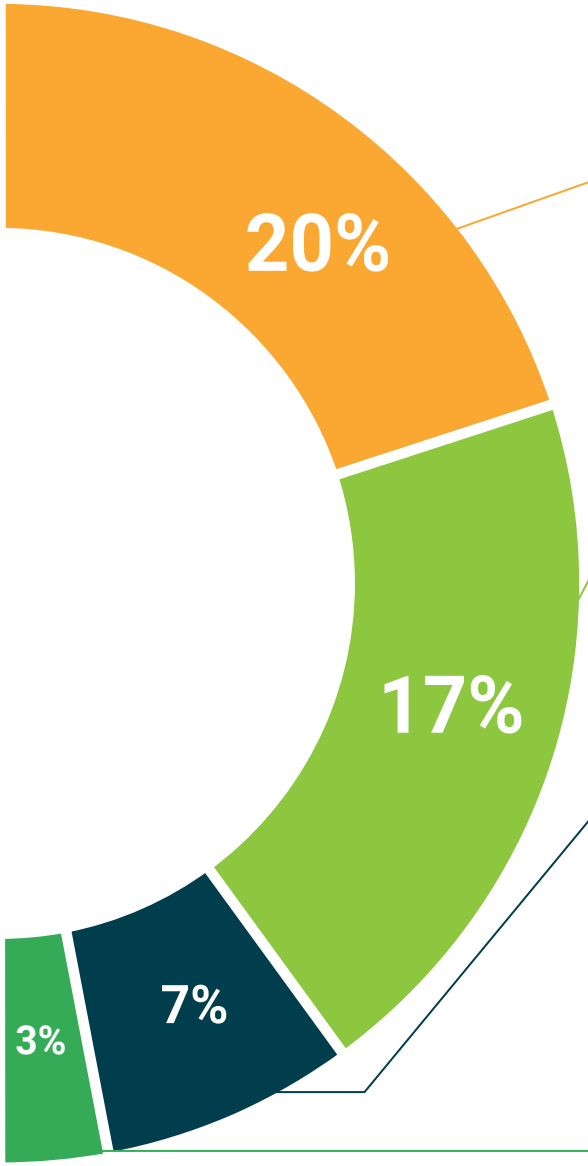
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Lecturas complementarias

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





Case Studies

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

Testing & Retesting

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

Clases magistrales

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

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

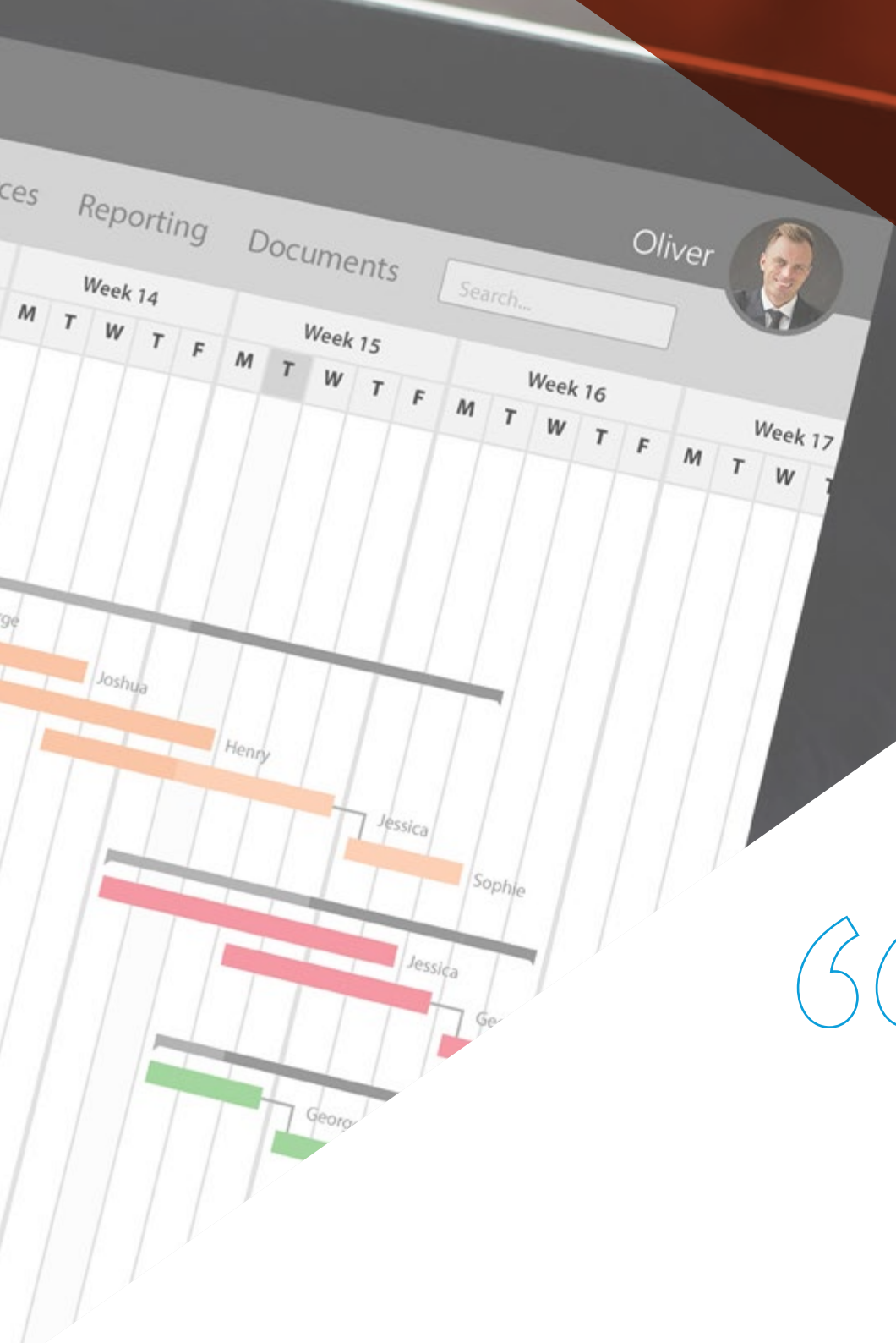
Guías rápidas de actuación

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

07

Cuadro docente

El cuadro docente de este programa está formado por profesionales con amplia experiencia en Industrias Creativas. Su enfoque garantiza un programa actualizado, diseñado para destacar en un sector competitivo donde la clave del éxito es la cualificación superior.



Un cuadro docente de primer nivel para ofrecerte los recursos académicos que te ayudarán a alcanzar el éxito laboral"

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

D. Gauthier, Rick

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arman, Romi

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Arens, Manuel

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

D. La Sala, Andrea

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

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

D. Gram, Mick

- Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- Analista Jefe en Nordea
- Consultor Jefe de *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

Dra. Velar Lera, Margarita

- Consultora de Comunicación Experta en Moda
- CEO de Forefashion Lab
- Directora de Marketing Corporativo en SGN Group
- Consultora de Comunicación Corporativa en LLYC
- Consultor de Comunicación y Marca *Freelance*
- Responsable de Comunicación en la Universidad Villanueva
- Docente en estudios universitarios vinculados al Marketing
- Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School

Profesores

D. Sanjosé, Carlos

- Especialista en Marketing Digital
- Gerente de Marketing Digital en Designable
- Jefe de Marketing Digital en MURPH
- Gerente de Marketing Digital en 25 Gramos
- Jefe de Contenido en Unánime Creativos
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad CEU Cardenal Herrera

Dña. Gallego Martínez, Ana Belén

- Consultora de Estrategias de Negocio
- Consultora independiente en Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- Licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA Máster en Dirección y Administración de Empresas con Especialidad en Dirección Financiera por la Universidad Camilo José Cela
- Programa Ejecutivo de Transformación Digital por la Escuela de Organización Industrial

D. Justo Reyes, Rumen

- Productor Audiovisual y Experto en *Mentoring* para *Startups*
- Productor de documentales y películas
- Asesor Financiero y Legal en Películas
- Inversor en *Startups* creativas
- Fundador y Director del Festival Internacional de Cine Independiente y de Autor de Canarias
- Asesor de Emprendimiento en CEOE Tenerife
- *Startup Mentor* en Asociación Afedes
- *Startup Mentor en Bridge for Billions*
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de La Laguna
- Máster en PRL por SGS
- Posgrado en Vigilancia Tecnológica
- Experto en Gestión de Recursos Humanos por la Universidad de Vigo

Dña. Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- Asesora Jurídica y Diseñadora Experta en Industria Creativa
- Asesora Jurídica en la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial
- Asesora Legal para la Gerencia de la empresa Eley Hawk
- Diseñadora del National Geographic y El Mueble
- Docente en estudios de posgrado universitario
- Licenciada en Derecho por la Universidad Pompeu Fabra
- Licenciada en Diseño por la Universidad Pompeu Fabra
- Máster Oficial en Propiedad Intelectual por la Universidad Pontificia Comillas
- Curso de Derecho a la Publicidad por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Dra. San Miguel Arregui, Patricia

- Investigadora Experta en Marketing Digital
- Fundadora y Directora de Digital Fashion Brands
- Investigadora y colaboradora en estudios de Marketing
- Autora del libro *Influencer Marketing*
- Autora de publicaciones académicas en revistas de prestigio
- Ponente habitual en congresos y jornadas nacionales e internacionales de Comunicación y Marketing
- Docente en estudios de grado y postgrado universitario
- Doctora en Marketing Digital para Empresa de Moda por la Universidad de Navarra
- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA en Executive Fashion por ISEM

Dra. Bravo Durán, Sandra

- CEO de UX en Myme
- CEO y Fundadora de Ch2 Abroad & Events
- Socióloga del Observatorio Turístico de Salamanca
- Consultora Digital en Everis
- Investigadora en Runroom
- Profesora del Máster en Dirección de Marketing de Moda y Lujo y del Máster Luxury Business Brand Management en MSMK en la Madrid School of Marketing
- Doctorado en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra
- Grado en Sociología por la Universidad de Salamanca
- Licenciatura en Economía por la Universidad de Salamanca
- Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda por la Universidad de Navarra

Dra. Paule Vianez, Jessica

- Especialista en el Grupo de Investigación en Dirección y Economía de Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos
- Asesora Comercial en DKV Seguros y Reaseguros
- Asistente Administrativa en la Fundación para el Desarrollo Directivo de Cáceres
- Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad Rey Juan Carlos
- Máster en Tratamiento Estadístico Computacional de la Información por la Universidad Complutense de Madrid
- Grado en Finanzas y Contabilidad por la Universidad de Extremadura
- Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Extremadura
- Miembro de: Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa

Dña. Arroyo Villoria, Cristina

- Consultora Técnica y Coordinadora de Proyectos Formativos
- Socia y Directora de Proyectos y Emprendimiento en Factoría de Industrias Creativas
- Coordinadora de Acerca Cultura Madrid
- Editora de Contenidos e-Learning Freelance para LIDlearning en LID Editorial
- Coordinadora de Formación en Factoría Cultural Madrid
- Licenciatura en Ciencias del Trabajo por la Universidad de Valladolid
- Máster en Dirección y Gestión de RR. HH por la Escuela de Negocios de San Pablo CEU
- Máster en e-Learning y Tecnología Educativa, Formación e-Learning
- Técnico Superior de Prevención de Riesgos, Especialidad de Higiene del Trabajo en el Instituto para la Formación Integral
- Técnico Superior de Prevención de Riesgos Laborales, Especialidad de Ergonomía y Psicosociología del Trabajo en el Instituto para la Formación Integral

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

08

Titulación

Este programa en Alta Dirección de Industrias Creativas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master de Formación Permanente expedido por TECH Universidad.

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

Este programa te permitirá obtener el título de **Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de Industrias Creativas** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: **Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de Industrias Creativas**

Modalidad: **online**

Duración: **15 meses**

Acreditación: **120 ECTS**

tech universidad

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

Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de Industrias Creativas

Se trata de un título propio de 3.000 horas de duración equivalente a 120 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una universidad Oficial Española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, del 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 181, de 27 de julio de 2024 (pág. 96.369) e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.

En San Cristóbal de la Laguna, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de Industrias Creativas

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Liderazgo, ética y RS	6	OB
1º	Dirección estratégica y *management* directivo	6	OB
1º	Dirección de Personas y Gestión del Talento	6	OB
1º	Dirección Económico-financiera	6	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	6	OB
1º	Dirección de sistemas de información	6	OB
1º	Dirección Comercial, Marketing y Comunicación Corporativa	6	OB
1º	Innovación y dirección de proyectos	6	OB
1º	Nuevas Industrias Creativas	6	OB
1º	Protección de productos creativos e intangibles	6	OB

Curso	Materia	ECTS	Carácter
2º	Gestión económica y financiera de empresas Creativas	6	OB
2º	*Futures Thinking*: cómo transformar el hoy desde el mañana	6	OB
2º	Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas	6	OB
2º	Creative *Branding*: Comunicación y gestión de marcas creativas	6	OB
2º	Liderazgo e innovación en las Industrias Creativas	6	OB
2º	Transformación digital en la industria creativa	6	OB
2º	Nuevas estrategias de Marketing Digital	6	OB
2º	El emprendimiento en las Industrias Creativas	6	OB
2º	Nuevas estrategias de Marketing Digital	6	OB
2º	El emprendimiento en las Industrias Creativas	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech universidad

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

Grand Master de Formación Permanente
Alta Dirección de Industrias Creativas

- Modalidad: **online**
- Duración: **15 meses**
- Titulación: **TECH Universidad**
- Acreditación: **120 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Grand Master de Formación Permanente
Alta Dirección de Industrias Creativas

tech universidad