



# Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

» Modalidad: No escolarizada (100% en línea)

» Duración: 12 meses

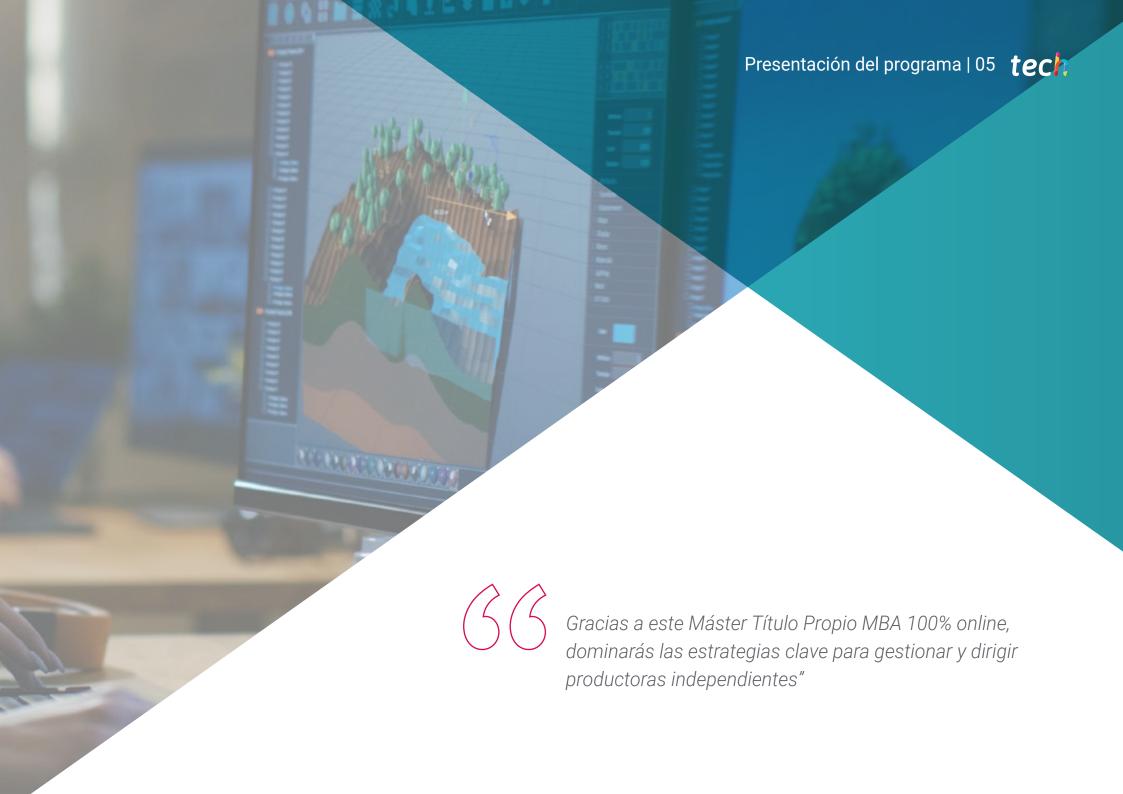
» Titulación: TECH Universidad

» Horario: a tu ritmo» Exámenes: online

# Índice

Presentación del programa ¿Por qué estudiar en TECH? pág. 4 pág. 8 03 05 Objetivos docentes Salidas profesionales Plan de estudios pág. 12 pág. 26 pág. 32 06 80 Metodología de estudio Cuadro docente Titulación pág. 36 pág. 46 pág. 66





# tech 06 | Presentación del programa

El mundo audiovisual ha experimentado una evolución significativa en los últimos años, consolidándose como una Industria Creativa e interdisciplinaria con múltiples conexiones con otros sectores como el de los Videojuegos. Por ejemplo, las Cinemáticas presentes en los Videojuegos requieren procesos similares a los de la Producción Audiovisual: escritura de Guion, Dirección de Actores, Planificación de Escenas y Ejecución Técnica. En este sentido, los profesionales del sector deben contar con un perfil Creativo, amplio y estratégico, capaz de integrar soluciones Tecnológicas innovadoras para diseñar Narrativas Visuales que conecten con el público y potencien el impacto de cada Producción.

En este contexto, TECH crea un Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales. Diseñado por expertos en la industria, el itinerario académico profundizará en la Creación de Contenidos Periodísticos Interactivos, que mejorarán la experiencia del usuario. En sintonía con esto, el temario abordará el diseño y la integración de espacios sonoros, esenciales para potenciar la inmersión y el *engagement* en los productos audiovisuales. Asimismo, los materiales didácticos proporcionarán a los profesionales herramientas clave para optimizar las experiencias Interactivas y fomentar la conexión emocional con la audiencia.

Por otra parte, la titulación universitaria se ofrece en una modalidad completamente online, lo que permite a los profesionales gestionar su tiempo de forma flexible y adaptada a sus necesidades. De hecho, lo único que necesitarán es un dispositivo con acceso a internet para ingresar al Campus Virtual. Además, TECH emplea su innovador enfoque pedagógico, el *Relearning*, que asegura que puedan adquirir y actualizar sus conocimientos de manera progresiva y efectiva.

Así pues, los egresados no tendrán que dedicar largas horas a la memorización ni recurrir a métodos de estudio convencionales. En adición, contarán con una amplia variedad de recursos multimedia como tutoriales, materiales interactivos y lecturas especializadas para facilitar su aprendizaje. Además, un grupo de reconocidos Directores Invitados Internacionales impartirán exhaustivas *Masterclasses* complementarias de gran valor académico.

Este **MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Videojuegos
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Un grupo de prestigiosos Directores Invitados Internacionales ofrecerán una serie de exclusivas Masterclasses sobre las últimas tendencias en Dirección de Empresas Audiovisuales"



Desarrollarás competencias para el diseño de modelos de negocio sostenibles en industrias culturales y de entretenimiento"

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito Audiovisual, 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 contextualizado, 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.

Integrarás el análisis del entorno tecnológico, legal y económico en la toma de decisiones estratégicas.

Con el sistema Relearning no tendrás que invertir una gran cantidad de horas de estudio y te focalizarás en los conceptos más relevantes.







#### La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

#### El mejor claustro docente top internacional

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

#### La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.











# Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

#### Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

#### La universidad online oficial de la NBA

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

#### Líderes en empleabilidad

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











#### **Google Partner Premier**

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

#### La universidad mejor valorada por sus alumnos

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





# tech 14 | Plan de estudios

### Módulo 1. Periodismo cultural

- 1.1. El periodismo cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital
- 1.2. El arte de contar las historias
- 1.3. Guías esenciales de documentación periodística cultural
- 1.4. La filosofía 3.0 de la comunicación
- 1.5. Gestión de medios y redes sociales
- 1.6. Contenidos periodísticos interactivos
- 1.7. Los paradigmas de la comunicación
- Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados

#### Módulo 2. Teoría y técnica de la realización

- 2.1. La Realización como construcción de la obra audiovisual. El equipo de trabajo
  - 2.1.1. Del guion literario al guion técnico o escaleta
  - 2.1.2. El equipo de trabajo
- 2.2. Los elementos de la puesta en pantalla. Los materiales de la construcción
  - 2.2.1. La preadaptación espacial. Dirección artística
  - 2.2.2. Los elementos de la puesta en pantalla
- 2.3. La preproducción. Los documentos de la realización
  - 2.3.1. El guion técnico
  - 2.3.2. La planta escenográfica
  - 2.3.3. El storyboard
  - 2.3.4. Planificar
  - 2.3.5. El plan de rodaje
- 2.4. El valor expresivo del sonido
  - 2.4.1. Tipología de los elementos sonoros
  - 2.4.2. Construcción del espacio sonoro
- 2.5. El valor expresivo de la luz
  - 2.5.1. Valor expresivo de la luz
  - 2.5.2. Técnicas de iluminación básicas
- 2.6. Técnicas básicas de rodaje monocámara
  - 2.6.1. Usos y técnicas del rodaje monocámara
  - 2.6.2. El subgénero del found footage. Cine de ficción y documental
  - 2.6.3. La realización monocámara en televisión

- 2.7. El montaje
  - 2.7.1. El montaje como ensamblaje. La reconstrucción del espacio-tiempo
  - 2.7.2. Técnicas de montaje no lineal
- 2.8. Postproducción y etalonaje
  - 2.8.1. Postproducción
  - 2.8.2. Concepto de montaje vertical
  - 2.8.3. Etalonaje
- 2.9. Los formatos y el equipo de realización
  - 2.9.1. Formatos multicámara
  - 2.9.2. El estudio y el equipo
- 2.10. Claves, técnicas y rutinas en la realización multicámara
  - 2.10.1. Técnicas multicámara
  - 2.10.2. Algunos formatos habituales

#### Módulo 3. Estructura del sistema audiovisual

- 3.1. Una introducción a las Industrias Culturales (IC)
  - 3.1.1. Conceptos de cultura. Cultura-comunicación
  - 3.1.2. Teoría y evolución de las IC: tipología y modelos
- 3.2. Industria cinematográfica I
  - 3.2.1. Características y agentes principales
  - 3.2.2. Estructura del sistema cinematográfico
- 3.3. Industria cinematográfica II
  - 3.3.1. La industria cinematográfica estadounidense
  - 3.3.2. Las productoras independientes
  - 3.3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica
- 3.4. Industria cinematográfica III.
  - 3.4.1. La regulación cinematográfica: Estado y cultura. Políticas de protección y promoción de la cinematografía
  - 3.4.2. Caso de estudio
- 3.5. Industria televisiva I
  - 3.5.1. La televisión económica
  - 3.5.2. Modelos fundadores
  - 3.5.3. Transformaciones

## Plan de estudios | 15 tech

- 3.6. Industria televisiva II.
  - 3.6.1. La industria televisiva norteamericana
  - 3.6.2. Características principales
  - 3.6.3. La regulación estatal
- 3.7. Industria televisiva III.
  - 3.7.1. La televisión de Servicio Público en Europa
  - 3.7.2. Crisis y debates
- 3.8. Los ejes del cambio
  - 3.8.1. Los nuevos procesos en el audiovisual
  - 3.8.2. Debates regulatorios
- 3.9. Televisión Digital Terrestre (TDT)
  - 3.9.1. Papel del Estado y experiencias
  - 3.9.2. Las nuevas características del sistema televisivo
- 3.10. Nuevos operadores en el paisaje audiovisual
  - 3.10.1. Plataformas de servicios over-the-top (OTT)
  - 3.10.2. Consecuencias de su aparición

#### Módulo 4. Producción audiovisual

- 4.1. La producción audiovisual
  - 4.1.1. Conceptos de introducción
  - 4 1 2 La industria audiovisual
- 4.2. El equipo de producción
  - 4.2.1. Los profesionales
  - 4.2.2. El productor y el guion
- 4.3. El proyecto audiovisual
  - 4.3.1. La gestión de proyectos
  - 4.3.2. Evaluación del proyecto
  - 4.3.3. Presentación de proyectos
- 4.4. Modalidades de producción y financiación
  - 4.4.1. Financiación de la producción audiovisual
  - 4.4.2. Modos de producción audiovisual
  - 4.4.3. Recursos para la financiación previa
- 4.5. El equipo de producción y el desglose del guion
  - 4.5.1. El equipo de producción
  - 4.5.2. El desglose del guion

- 4.6. Los espacios del rodaje
  - 4.6.1. Las localizaciones
  - 4.6.2 Los decorados
- 4.7. El reparto y los contratos del rodaje
  - 4.7.1. El reparto o casting
  - 4.7.2. La prueba de casting
  - 4.7.3. Contratos, derechos y seguros
- 4.8. El plan de trabajo y el presupuesto de la obra audiovisual
  - 4.8.1. El plan de trabajo
  - 4.8.2. El presupuesto
- 4.9. La producción en el rodaje o grabación
  - 4.9.1. La preparación del rodaje
  - 4.9.2. El equipo y los medios del rodaje
- 4.10. La postproducción y el balance final de la obra audiovisual
  - 4.10.1. El montaje y la postproducción
  - 4.10.2. Balance final y explotación

### Módulo 5. Realización de ficción y dirección de actores

- 5.1. La realización de ficción
  - 5.1.1. Introducción
  - 5.1.2. El proceso y sus herramientas
- 5.2. Las ópticas y la cámara
  - 5.2.1. Las ópticas y el encuadre
  - 5.2.2. El movimiento de la cámara
  - 523 La continuidad
- 5.3. La luz y el color: aspectos teóricos
  - 5.3.1. Exposición
  - 5.3.2. Teoría del color
- 5.4. La iluminación en el cine
  - 5.4.1 Herramientas
  - 5.4.2. La iluminación como narrativa
- 5.5. El color y las ópticas
  - 5.5.1. El control del color
  - 5.5.2. Las ópticas
  - 5.5.3. El control de la imagen

# tech 16 | Plan de estudios

- 5.6. El trabajo en el rodaje
  - 5.6.1. La lista de planos
  - 5.6.2. El equipo y sus funciones
- 5.7. Cuestiones técnicas para la dirección de cine
  - 5.7.1. Los recursos de la técnica
- 5.8. La visión de los directores
  - 5.8.1. Los directores toman la palabra
- 5.9. Transformaciones digitales
  - 5.9.1. Transformaciones analógico-digitales en la fotografía cinematográfica
  - 5.9.2. El reinado de la posproducción digital
- 5.10. Dirección de actores
  - 5.10.1. Introducción
  - 5.10.2. Principales métodos y técnicas
  - 5.10.3. El trabajo con los actores

# **Módulo 6.** Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

- 6.1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología, IC
  - 6.1.1. Cultura, economía, comunicación
  - 6.1.2. Las Industrias Culturales
- 6.2. Tecnología, comunicación y cultura
  - 6.2.1. La cultura artesanal mercantilizada
  - 6.2.2. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
  - 6.2.3. Museos y patrimonio
- 6.3. Los grandes sectores de las Industrias Culturales
  - 6.3.1. Los productos editoriales
  - 6.3.2. Las IC de flujo
  - 6.3.3. Los modelos híbridos
- 6.4. La Era Digital en las Industrias Culturales
  - 6.4.1. Las Industrias Culturales Digitales
  - 6.4.2. Nuevos modelos en la era digital





# Plan de estudios | 17 tech

- 6.5. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital
  - 6.5.1. El negocio de la prensa online
  - 6.5.2. La radio en el entorno digital
  - 6.5.3. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital
- 6.6. La globalización y la diversidad en la cultura
  - 6.6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las Industrias Culturales
  - 6.6.2. La lucha por la diversidad cultural
- 6.7. Las políticas culturales y de cooperación
  - 6.7.1. Políticas culturales
  - 6.7.2. El papel de los Estados y de las regiones de países
- 5.8. La diversidad musical en la nube
  - 6.8.1. El sector de la música hoy en día
  - 6.8.2. La nube
  - 6.8.3. Iniciativas latino/iberoamericanas
- 6.9. Diversidad en la industria audiovisual
  - 6.9.1. Del pluralismo a la diversidad
  - 6.9.2. Diversidad, cultura y comunicación
  - 6.9.3. Conclusiones y propuestas
- 6.10. Diversidad audiovisual en Internet
  - 6.10.1. El sistema audiovisual en la era de Internet
  - 6.10.2. La oferta televisiva y la diversidad
  - 6.10.3. Conclusiones

### Módulo 7. Gestión y promoción de productos audiovisuales

- 7.1. La distribución audiovisual
  - 7.1.1. Introducción
  - 7.1.2. Los actores de la distribución
  - 7.1.3. Los productos de la comercialización
  - 7.1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
  - 7.1.5. Distribución nacional
  - 7.1.6. Distribución internacional

# tech 18 | Plan de estudios

7.2.	1 .	empresa	مام	بمانيه خينام	:
/ . Z .	Ld	empresa	ue	UISTIIDU	JUIOH

- 7.2.1. La estructura organizativa
- 7.2.2. La negociación del contrato de distribución
- 7.2.3. Los clientes internacionales

#### 7.3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales

- 7.3.1. Ventanas de explotación
- 7.3.2. Contratos de distribución internacional
- 7.3.3. Las ventas internacionales

#### 7.4. Marketing cinematográfico

- 7.4.1. Marketing en el cine
- 7.4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
- 7.4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
- 7.4.4. Las herramientas para el lanzamiento

#### 7.5. La investigación de mercado en el cine

- 7.5.1. Introducción
- 7.5.2. Fase de preproducción
- 7.5.3. Fase de postproducción
- 7.5.4. Fase de comercialización

#### 7.6. Redes sociales y promoción cinematográfica

- 7.6.1 Introducción
- 7.6.2. Promesas y límites de las redes sociales
- 7.6.3. Los objetivos y su medición
- 7.6.4. Calendario de promoción y estrategias
- 7.6.5. Interpretar lo que dicen las redes

#### 7.7. La distribución audiovisual en Internet I

- 7.7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
- 7.7.2. El proceso de la distribución en Internet
- 7.7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
- 7.7.4. Nuevos modos de distribución

- 7.8. La distribución audiovisual en Internet II.
  - 7.8.1. Claves del nuevo escenario
  - 7.8.2. Los peligros de la distribución en Internet
  - 7.8.3. El Video on Demand (VOD) como nueva ventana de distribución
- 7.9. Nuevos espacios para la distribución
  - 7.9.1. Introducción
  - 7.9.2. La Revolución Netflix
- 7.10. Los festivales de cine
  - 7.10.1. Introducción
  - 7.10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición

### Módulo 8. Géneros, formatos y programación en televisión

- 8.1. El género en televisión
  - 8.1.1. Introducción
  - 8.1.2. Los géneros de la televisión
- 8.2. El formato en televisión
  - 8.2.1. Aproximación al concepto de formato
  - 8.2.2. Los formatos de la televisión
- 8.3. Crear televisión
  - 8.3.1. El proceso creativo en entretenimiento
  - 8.3.2. El proceso creativo en ficción
- 8.4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I
  - 8.4.1. La consolidación del formato
  - 8.4.2. El formato de la telerrealidad
  - 8.4.3. Novedades en Reality TV
  - 8.4.4. Televisión Digital Terrestre y crisis financiera
- 8.5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II
  - 8.5.1. Los mercados emergentes
  - 8.5.2. Marcas globales
  - 8.5.3. La televisión se reinventa
  - 8.5.4. La era de la globalización

# Plan de estudios | 19 tech

- 8.6. Vender el formato. El pitching
  - 8.6.1. Venta de un formato televisivo
  - 8.6.2. El pitchina
- 8.7. Introducción a la programación televisiva
  - 8.7.1. La función de la programación
  - 8.7.2. Factores que inciden en la programación
- 8.8. Los modelos de programación televisiva
  - 8.8.1. Estados Unidos y Reino Unido
  - 8.8.2. España
- 8.9. El ejercicio profesional de la programación televisiva
  - 8.9.1. El departamento de programación
  - 8.9.2. Programar para televisión
- 8.10. El estudio de las audiencias
  - 8.10.1. Investigación de la audiencia en televisión
  - 8.10.2. Conceptos e índices de audiencia

#### Módulo 9. El público audiovisual

- 9.1. Las audiencias en los medios audiovisuales
  - 9.1.1. Introducción
  - 9.1.2. La constitución de las audiencias
- 9.2. El estudio de las audiencias: las tradiciones I
  - 9.2.1. Teoría de los efectos
  - 9.2.2. Teoría de usos y gratificaciones
  - 9.2.3. Los estudios culturales
- 9.3. El estudio de las audiencias: las tradiciones II
  - 9.3.1. Estudios sobre la recepción
  - 9.3.2. Las audiencias hacia los estudios humanistas
- 9.4. Las audiencias desde una perspectiva económica
  - 9.4.1. Introducción
  - 9 4 2 La medición de las audiencias

- 9.5. Las teorías de la recepción
  - 9.5.1. Introducción a las teorías de la recepción
  - 9.5.2. Aproximación histórica a los estudios de la recepción
- 9.6. Las audiencias en el mundo digital
  - 9.6.1. Entorno digital
  - 9.6.2. Comunicación y cultura de la convergencia
  - 9.6.3. El carácter activo de las audiencias
  - 9.6.4. Interactividad y participación
  - 9.6.5. La transnacionalidad de las audiencias
  - 9.6.6. Las audiencias fragmentadas
  - 9 6 7 La autonomía de las audiencias
- 9.7. Audiencias: las preguntas esenciales I
  - 9.7.1. Introducción
  - 9.7.2. ¿Quiénes son?
  - 9.7.3. ¿Por qué consumen?
- 9.8. Audiencias: las preguntas esenciales II
  - 9.8.1. ¿Qué consumen?
  - 9.8.2. ¿Cómo consumen?
  - 9.8.3. ¿Con qué efectos?
- 9.9. El modelo del engagement I
  - 9.9.1. El engagement como metadimensión del comportamiento de las audiencias
  - 9.9.2. La compleja valoración del engagement
- 9.10. El modelo del engagement II
  - 9.10.1. Introducción. Las dimensiones del engagement
  - 9.10.2. El engagement y las experiencias de los usuarios
  - 9.10.3. El engagement como respuesta emocional de las audiencias
  - 9.10.4. El engagement como resultado de cognición humana
  - 9.10.5. Los comportamientos observables de las audiencias como expresión del *engagement*

# tech 20 | Plan de estudios

### Módulo 10. Guion de televisión: programas y ficción

- 10.1. Narrativa televisiva
  - 10.1.1. Conceptos y límites
  - 10.1.2. Códigos y estructuras
- 10.2. Categorías narrativas en televisión
  - 10.2.1. La enunciación
  - 10.2.2. Personajes
  - 10.2.3. Acciones y transformaciones
  - 10.2.4. El espacio
  - 10.2.5. El tiempo
- 10.3. Géneros y formatos televisivos
  - 10.3.1. Unidades narrativas
  - 10.3.2. Géneros y formatos televisivos
- 10.4. Formatos de ficción
  - 10.4.1. La ficción televisiva
  - 10.4.2. La comedia de situación
  - 10.4.3. Las series dramáticas
  - 10.4.4. La telenovela
  - 10.4.5. Otros formatos
- 10.5. El guion de ficción en televisión
  - 10.5.1. Introducción
  - 10.5.2. La técnica
- 10.6. El drama en televisión
  - 10.6.1. La serie dramática
  - 10.6.2. La telenovela
- 10.7 Las series de comedia
  - 10.7.1. Introducción
  - 10.7.2. La sitcom
- 10.8. El guion de entretenimiento
  - 10.8.1. El guion paso a paso
  - 10.8.2. Escribir para decir

- 10.9. Escritura del guion de entretenimiento
  - 10.9.1. Reunión de guion
  - 10.9.2. Guion técnico
  - 10.9.3. Desglose de producción
  - 10.9.4. La escaleta
- 10.10. Diseño del guion de entretenimiento
  - 10.10.1. Magazin
  - 10.10.2. Programa de humor
  - 10.10.3. Talent Show
  - 10.10.4. Documental
  - 10.10.5. Otros formatos

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

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

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

### Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
  - 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
  - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
  - 12.2.1. Análisis del potencial
  - 12.2.2. Política de retribución
  - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
  - 12.3.1. La gestión del rendimiento
  - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
  - 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
  - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
  - 12.4.3. Fidelización y retención
  - 12 4 4 Proactividad e innovación
- 12.5. Motivación
  - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
  - 12.5.2. La teoría de las expectativas
  - 12.5.3. Teorías de las necesidades
  - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
  - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
  - 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
  - 12.7.1. Gestión del cambio
  - 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
  - 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

# tech 22 | Plan de estudios

- 12.8.1. Negociación
- 12.8.2. Gestión de Conflictos
- 12.8.3. Gestión de Crisis
- 12.9. Comunicación directiva
  - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
  - 12.9.2. Departamentos de Comunicación
  - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
  - 12.10.1. La productividad
  - 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

#### Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

#### 13.1. Entorno Económico

- 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 13.1.2. Instituciones financieras
- 13.1.3 Mercados financieros
- 13.1.4. Activos financieros
- 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2 Contabilidad Directiva
  - 13.2.1. Conceptos básicos
  - 13.2.2. El Activo de la empresa
  - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
  - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
  - 13.2.5. La Cuenta de Resultados
- 13.3. Sistemas de información y Business Intelligence
  - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
  - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
  - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto

- 13.4. Presupuesto y Control de Gestión
  - 13.4.1. El modelo presupuestario
  - 13.4.2. El Presupuesto de Capital
  - 13.4.3. El Presupuesto de Explotación
  - 13.4.4. El Presupuesto de Tesorería
  - 13.4.5. Seguimiento del Presupuesto
- 13.5. Dirección Financiera
  - 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
  - 13.5.2. El departamento financiero
  - 13.5.3. Excedentes de tesorería
  - 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
  - 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 13.6. Planificación Financiera
  - 13.6.1. Definición de la planificación financiera
  - 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
  - 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
  - 13.6.4. El cuadro Cash Flow
  - 13.6.5. El cuadro de circulante
- 13.7. Estrategia Financiera Corporativa
  - 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
  - 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.8. Financiación Estratégica
  - 13.8.1. La autofinanciación
  - 13.8.2. Ampliación de fondos propios
  - 13.8.3. Recursos Híbridos
  - 13.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.9. Análisis y planificación financiera
  - 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
  - 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
  - 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad
- 13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
  - 13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

### Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

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

- 14.8. Estrategia de ventas
  - 14.8.1. Estrategia de ventas
  - 14.8.2. Métodos de ventas
- 14.9. Comunicación Corporativa
  - 14.9.1. Concepto
  - 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
  - 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
  - 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
  - 14.9.5. Elementos de la comunicación
  - 14 9 6 Problemas de la comunicación
  - 14.9.7. Escenarios de la comunicación
- 14.10. Comunicación y reputación digital
  - 14.10.1. Reputación online
  - 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
  - 14.10.3. Herramientas de reputación online
  - 14.10.4. Informe de reputación online
  - 14.10.5. Branding online

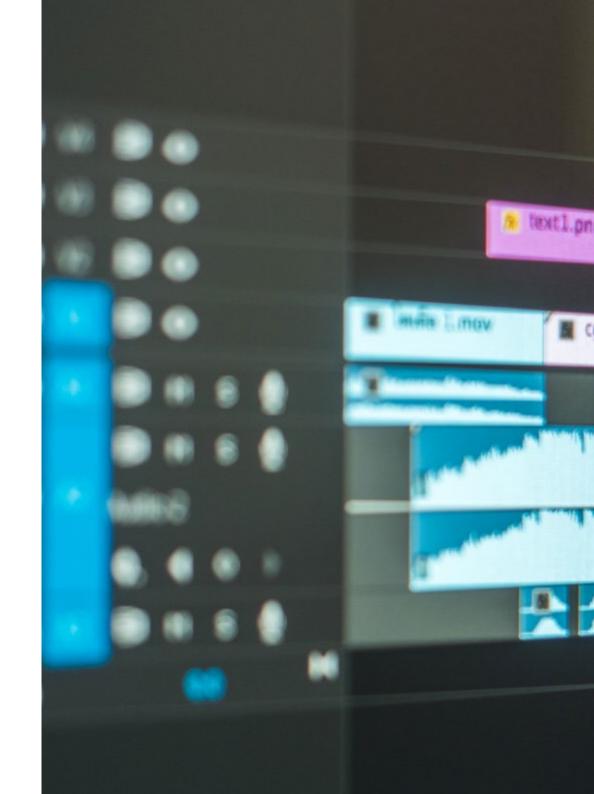
### Módulo 15. Management Directivo

- 15.1. General Management
  - 15.1.1. Concepto de General Management
  - 15.1.2. La acción del Manager General
  - 15.1.3. El Director General y sus funciones
  - 15.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
  - 15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 15.3. Dirección de operaciones
  - 15.3.1. Importancia de la dirección
  - 15.3.2 La cadena de valor
  - 15.3.3. Gestión de calidad

# tech 24 | Plan de estudios

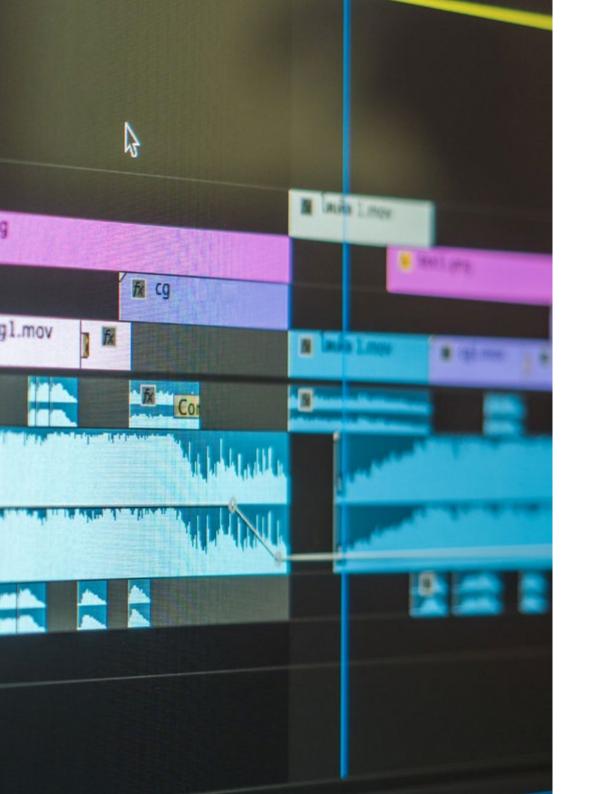
1	5.4.	Oratoria	/ formación	de	portavoces

- 15.4.1. Comunicación interpersonal
- 15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 15.4.3. Barreras en la comunicación
- 15.5. Herramientas de. comunicaciones personales y organizacional
  - 15.5.1. La comunicación interpersonal
  - 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
  - 15.5.3. La comunicación en la organización
  - 15.5.4. Herramientas en la organización
- 15.6. Comunicación en situaciones de crisis
  - 15.6.1. Crisis
  - 15.6.2. Fases de la crisis
  - 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 15.7. Preparación de un plan de crisis
  - 15.7.1. Análisis de posibles problemas
  - 15.7.2. Planificación
  - 15.7.3. Adecuación del personal
- 15.8. Inteligencia emocional
  - 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.9. Branding Personal
  - 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
  - 15.9.2. Leyes del branding personal
  - 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 15.10. Liderazgo y gestión de equipos
  - 15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 15.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
  - 15.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
  - 15.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales





Aplicarás principios de derecho audiovisual y propiedad intelectual en la producción de contenidos"







# tech 28 | Objetivos docentes



# **Objetivos generales**

- Aprender a realizar las funciones de este campo en un entorno especializado y profesional
- Profundizar en el análisis y aplicación de los elementos de la puesta en pantalla y los materiales de construcción visual, con el fin de fortalecer la narrativa audiovisual en productos interactivos y de entretenimiento digital
- Desarrollar competencias avanzadas en la escritura de guiones de entretenimiento
- Manejar de forma integral las modalidades de producción y financiación en el ámbito audiovisual
- Garantizar una gestión estratégica de campañas digitales para productos audiovisuales



Analizarás el mercado audiovisual y diseñarás estrategias de posicionamiento internacional"







### **Objetivos específicos**

#### Módulo 1. Periodismo cultural

- Conocer y desarrollar las guías esenciales para llevar a cabo una documentación dentro del periodismo cultural
- Desarrollar contenidos específicos dentro del periodismo cultural en lo que se refiere al posicionamiento

### Módulo 2. Teoría y técnica de la realización

- Adquirir la capacidad de planificar secuencias narrativas y documentales en función de los medios disponibles
- Identificar y usar adecuadamente las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual

#### Módulo 3. Estructura del sistema audiovisual

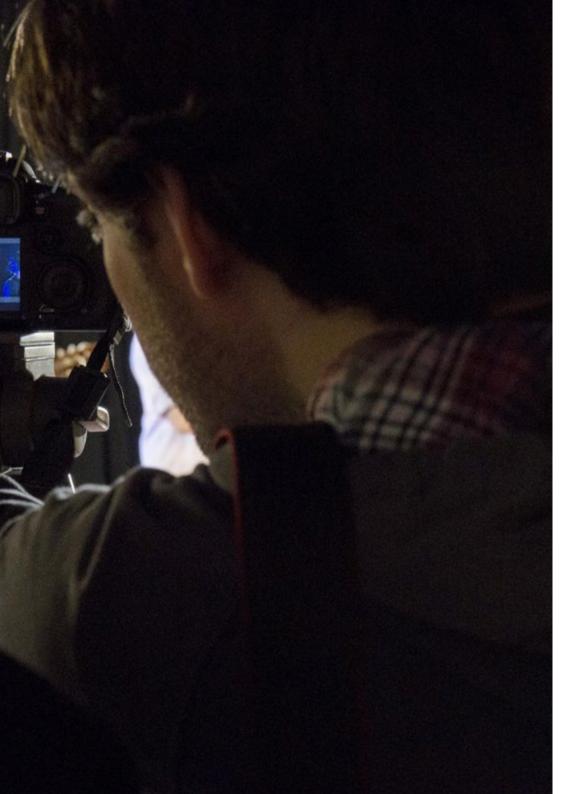
- Ahondar en el marco histórico, económico-político, social y tecnológico en el que se producen, distribuyen y consumen los productos Audiovisuales
- Identificar los problemas y debates actuales que atañen al sistema audiovisual

#### Módulo 4. Producción audiovisual

- Identificar los conceptos teóricos que definen los procesos de producción de las obras Audiovisuales
- Definir las vías de explotación y comercialización de las producciones Audiovisuales

### Módulo 5. Realización de ficción y dirección de actores

- Analizar las diferencias entre dirigir para teatro y para cine con el fin de entender las particularidades de los lenguajes
- Conocer los métodos interpretativos y su origen con el fin de hacer más fluida la comunicación actor-director



# Módulo 6. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

- Diseñar estrategias innovadoras que contribuyan a la mejora en los procesos de gestión toma de decisiones
- Entender los cambios en los procesos de organización y gestión de los recursos estratégicos, humanos, materiales y técnicos de los nuevos negocios en el entorno digital

### Módulo 7. Gestión y promoción de productos Audiovisuales

- Conocer los conceptos fundamentales que rigen la distribución, la comercialización y la difusión de un producto audiovisual
- Identificar las distintas ventanas de exhibición audiovisual y supervisión de las amortizaciones

#### Módulo 8. Géneros, formatos y programación en televisión

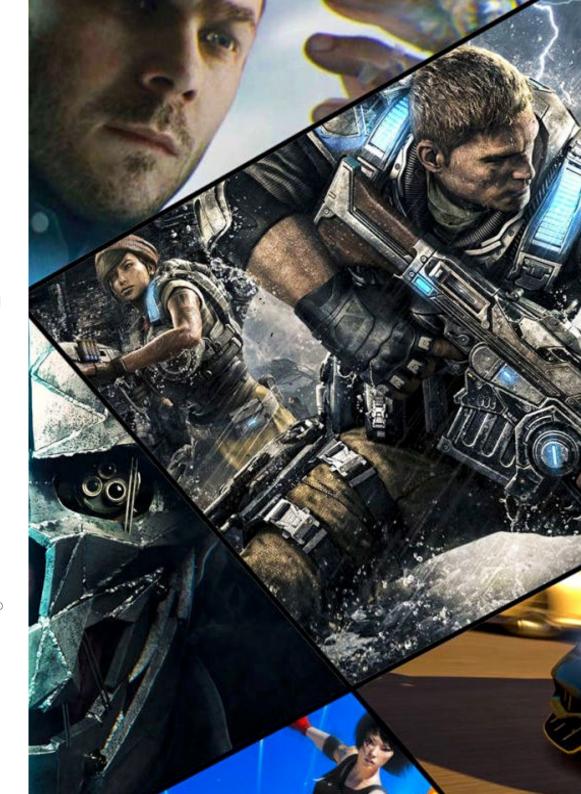
- Estudiar el concepto de género aplicado a la producción de ficción y el entretenimiento televisivo
- Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual panorama televisivo

### Módulo 9. El público audiovisual

- Identificar las diferencias existentes entre las diferentes formas de abordar el estudio de la recepción audiovisual y cuál es el estado de la cuestión actual
- Comprender el funcionamiento de las redes sociales como parte fundamental del entorno audiovisual actual

### Módulo 10. Guion de televisión: Programas y ficción

- Distinguir los diferentes géneros de programas de televisión con el objeto de determinar las técnicas de guion que requieren
- Estudiar las bases de la dinámica de un formato de programa de televisión





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

- Definir las estrategias de gestión intercultural y su relevancia en entornos empresariales diversos
- Determinar los principios y prácticas de la ética empresarial y su aplicación en la toma de decisiones corporativas

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

- Profundizar las competencias necesarias para la gestión eficaz de recursos humanos por competencias
- Ahondar en las metodologías para la evaluación del rendimiento y la gestión del desempeño

#### Módulo 13. Dirección económico-financiera

- Analizar el entorno macroeconómico y su influencia en el sistema financiero nacional e internacional
- Diferenciar decisiones financieras clave y la gestión de riesgos en la Dirección financiera

### Módulo 14. Dirección comercial y marketing estratégico

- Estudiar en los elementos y actividades fundamentales del marketing y su impacto en la organización
- Determinar las etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

### Módulo 15. Management directivo

- Evaluar las funciones y responsabilidades del directivo en la cultura organizacional
- Analizar la importancia de la dirección de operaciones y la gestión de la calidad en la cadena de valor





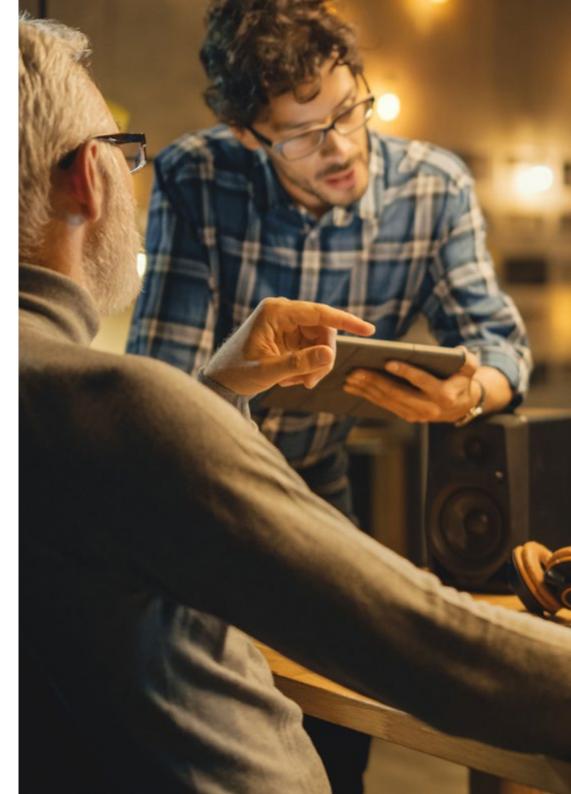
# tech 34 | Salidas profesionales

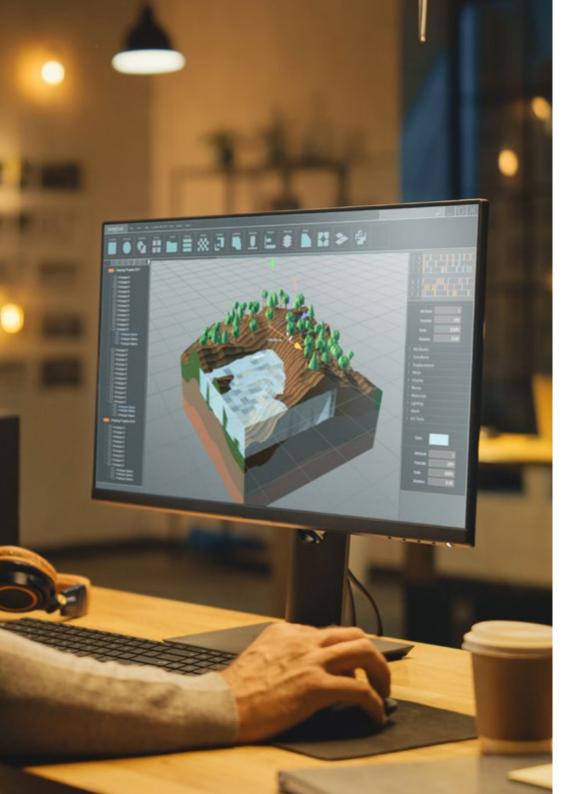
### Perfil del egresado

El egresado de este programa será un profesional altamente capacitado para gestionar Proyectos en la era Digital. En este sentido, tendrá un conocimiento profundo sobre la propiedad intelectual e industrial, protegiendo los derechos de autor y asegurando la correcta explotación de los contenidos. Además, se especializará en la financiación de la producción audiovisual, gestionando recursos y estrategias para asegurar la viabilidad económica. Es así como, estará preparados para liderar en un entorno audiovisual cada vez más competitivo y globalizado.

Fomentarás la transformación digital y la sostenibilidad en las estrategias empresariales del sector.

- Adaptación Tecnológica en Producción Audiovisual: Habilidad para integrar tecnologías innovadoras en los procesos de producción, mejorando la eficiencia y calidad de los contenidos Audiovisuales
- Resolución de Desafíos Creativos y Técnicos: Aptitud para aplicar el pensamiento crítico en la toma de decisiones durante el proceso creativo y técnico, optimizando los recursos y garantizando resultados visuales impactantes
- **Técnicas Avanzadas de Postproducción:** Competencia para utilizar herramientas de edición y efectos visuales de vanguardia
- Ética Profesional y Responsabilidad Social: Compromiso con la aplicación de prácticas éticas en la producción audiovisual, promoviendo contenidos responsables que respeten los valores sociales y culturales





# Salidas profesionales | 35 tech

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

- **1. Productor Ejecutivo Audiovisual:** Responsable de supervisar todos los aspectos de una Producción, desde la planificación financiera hasta la toma de decisiones estratégicas y la gestión de equipos de trabajo.
- **2. Director de Producción:** Encargado de coordinar y organizar los recursos técnicos y humanos durante el rodaje, asegurando el cumplimiento del calendario, el presupuesto y los objetivos creativos del proyecto.
- **3. Gerente de Contenidos Digitales:** Responsable del diseño y gestión de estrategias para crear, distribuir y monetizar contenidos Audiovisuales en plataformas digitales, adaptando los mensajes al público objetivo y las tendencias del mercado.
- 4. Consultor en Gestión Audiovisual: Encargado de asesorar a empresas o productoras sobre optimización de procesos, estructuras organizativas, modelos de negocio y cumplimiento normativo en el sector audiovisual.
- **5. Coordinador de Distribución y Ventas:** Responsable de planificar la distribución nacional e internacional de producciones Audiovisuales, gestionando acuerdos con canales, plataformas y festivales, y negociando derechos de exhibición.
- **6. Director de Comunicación en Empresas Audiovisuales:** Encargado de liderar las estrategias de comunicación interna y externa de una compañía del sector.



Crearás modelos de negocio adaptados a las nuevas tendencias de consumo audiovisual, como streaming y redes sociales"





### 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.







#### 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"

### tech 40 | Metodología de estudio

#### 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.



### tech 42 | Metodología de estudio

## 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 mentoralumno, 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.

### tech 44 | Metodología de estudio

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.





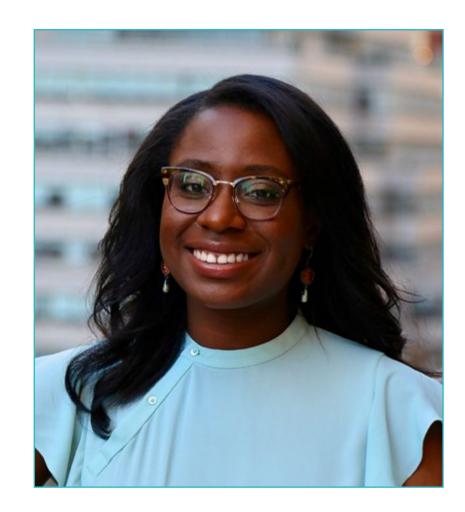


Premiada por Women We Admire debido a su liderazgo en el sector informativo, Amirah Cissé es una prestigiosa experta en **Comunicación Audiovisual**. De hecho, ha dedicado la mayor parte de su trayectoria profesional a dirigir proyectos internacionales para reconocidas marcas basados en las estrategias de **Marketing** más innovadoras.

En este sentido, sus competencias estratégicas y capacidad para integrar tecnologías emergentes en las narrativas de los contenidos multimedia de manera vanguardista le han permitido formar parte de reconocidas instituciones a escala global. Por ejemplo Google, NBCUniversal o Frederator Networks en Nueva York. Así pues, su labor se ha centrado en la creación de campañas de comunicación para diversas compañías, generando contenidos audiovisuales altamente creativos que conectan emocionalmente con las audiencias. Gracias a esto, múltiples empresas han logrado fidelizar a los consumidores durante un largo período de tiempo; mientras las compañías también han fortalecido su presencia en el mercado y garantizado su sostenibilidad a largo plazo.

Cabe destacar que su dilatada experiencia laboral abarca desde la producción de programas televisivos o la creación de técnicas de mercadotecnia sofisticadas hasta la gestión de contenidos visuales en las principales redes sociales. Al mismo tiempo, está considerada como una auténtica estratega que identifica oportunidades culturalmente relevantes para los clientes. De este modo, ha desarrollado tácticas alineadas tanto con las expectativas como necesidades del público; lo que ha posibilitado a las entidades poner en marcha soluciones rentables.

Firmemente comprometida con el avance en la industria Audiovisual y la excelencia en su praxis diaria, ha compaginado dichas funciones con su rol como **Investigadora**. Así pues, ha elaborado múltiples artículos científicos especializados en áreas emergentes entre las que destacan las dinámicas de **comportamiento de los usuarios** en internet, el impacto de los **eSports** en el campo del entretenimiento e incluso las últimas tendencias para potenciar la **creatividad**.



### Dña. Cissé, Amirah

- Directora de Estrategia Global de Clientes de NBCUniversal en Nueva York, Estados Unidos
- Experta en Estrategia de Horizon Media, Nueva York
- Gestora de Compromiso en Google, California
- Estratega Cultural de Spaks & honey, Nueva York
- Gerente de Cuentas en Reelio, Nueva York
- Coordinadora de Cuentas de Jun Group en Nueva York
- Especialista en Estrategia de Contenidos en Frederator Networks, Nueva York
- Investigadora en la Sociedad Genealógica y Biográfica de Nueva York
- Pasantía académica de Sociología y Antropología en Universidad Kanda Gaigo
- Grado en Bellas Artes con especialización en Sociología por Williams College
- Certificación en: Formación de Liderazgo y Coaching Ejecutivo, Investigación de Marketing



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

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

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

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

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



### Dña. Dove, Jennifer

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

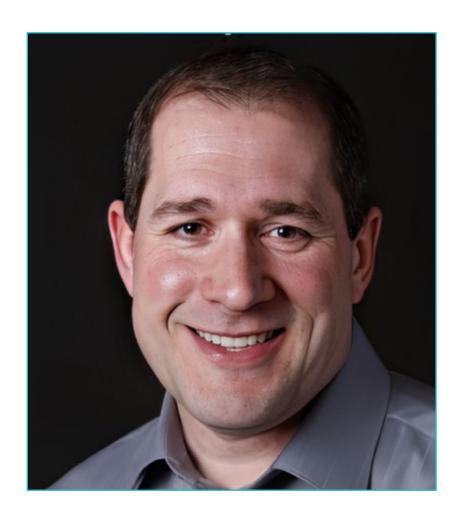


TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global"

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"

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"

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"

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 Coir
- 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?"

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 **Iíder 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



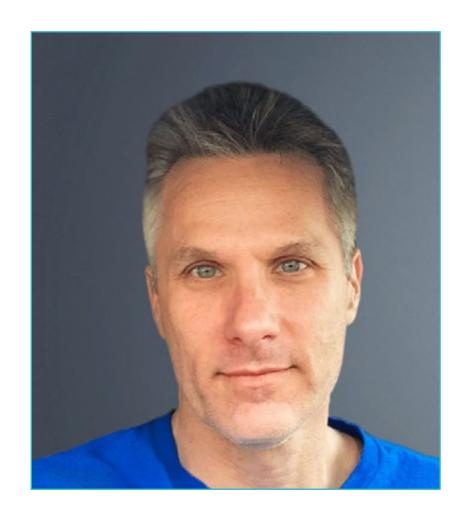
¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional"

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"

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!"





### tech 68 | Titulación

Este **MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

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

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

Título: Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

Modalidad: No escolarizada (100% en línea)

Duración: 12 meses





<sup>\*</sup>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.

salud confianza personas
salud confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaj



## Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

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

