

Máster de Formación Permanente

MBA en Gestión de Políticas Territoriales





Máster de Formación Permanente MBA en Gestión de Políticas Territoriales

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **7 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/derecho/master/master-mba-gestion-politicas-territoriales

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competencias

pág. 14

04

Dirección del curso

pág. 18

05

Estructura y contenido

pág. 36

06

Metodología

pág. 50

07

Titulación

pág. 58

01

Presentación

En los últimos años la complejidad política de España ha quedado reflejada tras las demandas de mayores competencias por parte de las Comunidades Autónomas. Se trata de un escenario que requiere de profesionales altamente cualificados, que dominen la propia estructura estatal para hacer una gestión equilibrada y adecuada en el resto del territorio. Esta tarea no solo se centra en los intereses nacionales, sino, además, en la política europea en la que también participa e interviene a través de fondos y subvenciones. Este programa impartido en modalidad 100% online ofrece al alumnado conocimientos rigurosos en la organización de los poderes políticos, el sistema político español, la UE, el Parlamento español, así como la economía política y la gestión pública, entre otros. Para ello, TECH aplica una metodología *Relearning* y materiales adicionales para hacer del programa un estudio progresivo, sencillo y adaptable a las necesidades de cada alumno.





“

Gracias a este MBA comprenderás mejor el escenario político español y el desarrollo de sus políticas públicas”

El escenario político nacional español es complejo, pues desde 1978 se encuentra marcado por una Constitución Española rígida. Al crearse, se contemplaron una serie de escenarios, que en el transcurso de los años han permitido transformar el propio país a través de sus Comunidades y Ciudades Autónomas. La trascendencia de las políticas públicas no solo repercute de un modo nacional o regional, también lo hace a través de las propias líneas exteriores de la Unión Europea. Las regiones ultraperiféricas y algunos sectores económicos localizados en determinados puntos del territorio español están estrechamente relacionados con la política exterior. En este paradigma administrativo se precisa de profesionales altamente cualificados y con un dominio extenso de la propia estructura del sistema político y otros ámbitos que permiten una adecuada gestión de los recursos públicos.

Este Máster Título Propio nace para dar respuesta a esta necesidad y con el fin de ofrecer a lo largo de 7 meses el contenido más actualizado y exhaustivo sobre la gestión de políticas territoriales. Todo ello, es posible gracias al empleo de material didáctico multimedia, en el que se ha empleado la última tecnología aplicada a la enseñanza académica. Además, el contenido avanzado no sólo tendrá un enfoque teórico, sino que también será práctico, gracias a las simulaciones de casos presentados por el equipo docente especializado que imparte esta titulación.

Además del sistema de gestión territorial, esta titulación hace especial hincapié en economía política. Esta área de estudio es determinante para poder aplicar adecuadamente los recursos con los que cuentan las regiones, a la vez que establecen estrategias para obtener nuevos fondos. Para transmitir estos conocimientos, TECH establece una enseñanza 100% online que supone una oportunidad única para el profesional que desee impulsar su carrera a través de un formato cómodo. Además, el sistema *Relearning*, basado en la reiteración de contenido, permitirá que el alumnado progresar de un modo paulatino y natural sin necesidad de invertir largas horas de estudio ortodoxo.

Este **MBA en Gestión de Políticas Territoriales** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Ciencias Políticas
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido 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



Avanza en tu carrera profesional con una titulación universitaria que te permitirá conocer al detalle las diferentes estrategias para trazas políticas territoriales”

“

Dispondrás de materiales y una enseñanza sin horarios prefijados para que te conviertas en un jurista especializado en la gestión política territorial a nivel local y estatal”

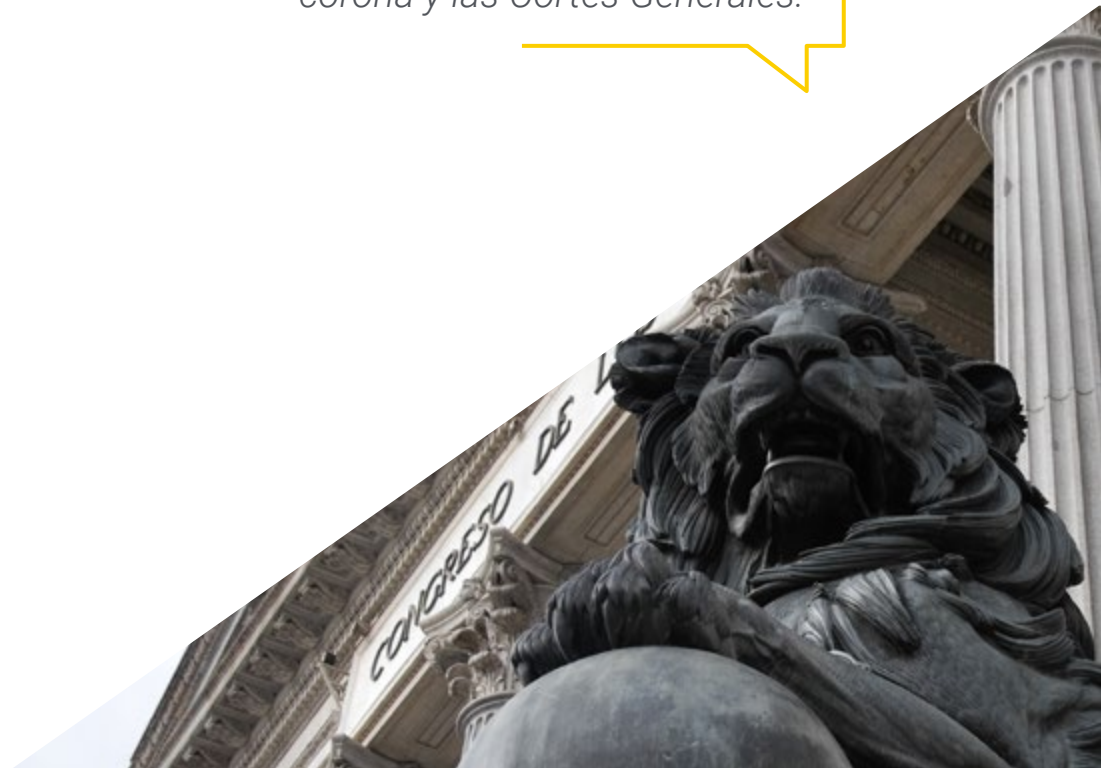
El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

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

Matricúlate en una titulación universitaria que te permitirá compatibilizar tus responsabilidades personales con una enseñanza académica de calidad.

Instrúyete en torno a los elementos, agentes y leyes que intervienen en la jefatura del Estado español, como la corona y las Cortes Generales.



02 Objetivos

Los especialistas que cursen esta titulación universitaria conseguirán a lo largo de 7 meses un conocimiento exhaustivo sobre la política territorial, adentrándose en los principales elementos que la configuran, así como la propia gestión que se realiza en cada Comunidad Autónoma. Además, el contenido multimedia, en el que se ha empleado la última tecnología Relearning aplicada a la enseñanza, será de gran utilidad para la consecución de los objetivos profesionales y académicos del alumnado.



“

¿Quieres adentrarte en las Políticas sectoriales de la Unión Europea? Este MBA te ofrece el conocimiento más actualizado”



Objetivos generales

- ♦ Comprender las administraciones públicas a través de un estudio científico que profundiza en los orígenes, la evolución, las tendencias y las nuevas teorías
- ♦ Analizar el mercado y las relaciones entre empresas, administraciones públicas y ciudadanía
- ♦ Intervenir en el ciclo de la política pública dominando sus elementos, conceptos y fases
- ♦ Identificar los distintos derechos y deberes que recoge la Constitución Española
- ♦ Dominar la organización de las administraciones públicas en el seno de los poderes públicos españoles
- ♦ Indagar en los conceptos de gobernanza y participación, teniendo en cuenta los criterios de evaluación
- ♦ Analizar el sector exterior y financiero desde una perspectiva del sector público entendiendo los fallos del mercado
- ♦ Estudiar el origen, conceptos, tipologías y funciones del parlamentarismo para entender su papel actual
- ♦ Indagar en las políticas sectoriales con el fin de entender la actuación de la Unión Europea
- ♦ Atender a los conceptos claves de la autonomía política para comprender la regulación de los estatutos de autonomía y la relación entre el Estado y las CC.AA. y entes locales





Objetivos específicos

Módulo 1. Elementos de la ciencia de la administración

- ♦ Introducir el estudio de las administraciones públicas a través de un ámbito científico en el que se aborden los orígenes, evolución, tendencias y nuevas teorías
- ♦ Conocer la gestión y función pública mediante el estudio de las estructuras nacionales e internacionales
- ♦ Introducir en el conocimiento moderno de las administraciones públicas, burocracia y gestión pública

Módulo 2. Economía política I

- ♦ Conocer y comprender el mercado y las relaciones entre empresas, administraciones públicas y consumidores
- ♦ Entender las estructuras, fallos o problemas del mercado
- ♦ Realizar un análisis fundamentado sobre la actividad de mercado y su relación con los agentes institucionales

Módulo 3. Métodos de gestión pública I

- ♦ Identificar y entender el ciclo de la política pública incluyendo todos sus elementos, conceptos y fases
- ♦ Analizar el proceso de definición, elaboración y formulación de las políticas públicas teniendo en cuenta la gestión que realizan las instituciones
- ♦ Entender el enfoque de análisis de políticas públicas a través de su definición, proceso y aplicaciones prácticas

Módulo 4. Sistema político español

- ♦ Analizar y comprender los distintos poderes con los que cuenta el Estado
- ♦ Conocer la composición, organización y competencias del Tribunal Constitucional
- ♦ Conocer el contenido e importancia de la Constitución Española de 1978
- ♦ Analizar los distintos derechos y deberes que recoge la Constitución Española de 1978
- ♦ Distinguir los derechos y las garantías que se establecen para cada grupo
- ♦ Manejar las herramientas proporcionadas a través del aula virtual

Módulo 5. Organización de los poderes públicos

- ♦ Identificar la organización de los poderes públicos entendiendo su estructura, funcionamiento y características
- ♦ Analizar los poderes públicos examinando sus aspectos más relevantes, organigramas y funcionamiento
- ♦ Identificar la organización de las administraciones públicas en el seno de los poderes públicos españoles

Módulo 6. Métodos de gestión pública II

- ♦ Identificar los modelos de implementación a través del estudio de sus indicadores, tipologías y enfoques
- ♦ Identificar los indicadores y metodología de la evaluación de políticas públicas con el fin de entender cómo se realiza y poder realizar la evaluación
- ♦ Identificar los principales conceptos de gobernanza y participación teniendo en cuenta los criterios de evaluación

Módulo 7. Economía Política II

- ♦ Identificar las distintas intervenciones del Estado en el mercado y cuáles son los instrumentos, problemas y objetivos de dicha intervención
- ♦ Analizar el sector exterior y financiero desde una perspectiva del sector público entendiendo los fallos del mercado
- ♦ Identificar como es la intervención de la hacienda pública en la vida de la sociedad civil teniendo en cuenta las imposiciones que hay y los ingresos públicos

Módulo 8. Parlamento y parlamentarismo en España

- ♦ Identificar el origen, conceptos, tipologías y funciones del parlamentarismo
- ♦ Entender cómo funciona el parlamento español identificando sus características y funciones
- ♦ Identificar y entender el parlamentarismo desde el análisis de distintos casos relevantes con el fin de comprender de forma amplia y concreta este tema

Módulo 9. Políticas sectoriales de la Unión Europea

- ♦ Entender que es y cómo funciona la Unión Europea centrando el análisis en las políticas sectoriales
- ♦ Identificar y comprender las políticas sectoriales en diferentes ámbitos con el fin de entender la actuación de la Unión Europea

Módulo 10. Política autonómica y local

- ♦ Identificar los conceptos clave de la autonomía política entendiendo como están regulados los estatutos de autonomía y la relación entre el Estado y las comunidades autónomas y entes locales
- ♦ Entender como es el parlamentarismo local, atendiendo a sus características y modelos
- ♦ Comprender el sistema de mercado interior además de la cooperación entre Estado y comunidades y entes locales

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

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

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

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



Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

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

Módulo 15. Management Directivo

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

03

Competencias

El escenario político actual reclama profesionales de la gestión pública que cuenten con una cualificación superior y amplias competencias para poder llevar a cabo las políticas públicas más eficientes. Este Máster Título Propio permitirá al alumnado ampliar sus competencias no solo en el ámbito de la gestión política desde un punto de vista global, sino atendiendo a los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica y transparencia que rige la buena regulación de los poderes públicos.



TRIBUNAL CONST

STITUCIONA

“

Amplía tus competencias para convertirte en un profesional mucho más competitivo en el mercado laboral político gracias a este MBA”



Competencias generales

- ♦ Conocer las administraciones públicas a través de un estudio científico que profundiza en los orígenes, la evolución, las tendencias y las nuevas teorías
- ♦ Poner en práctica el conocimiento moderno de las administraciones públicas, burocracia y la gestión pública
- ♦ Intervenir en el ciclo de la política pública dominando sus elementos, conceptos y fases
- ♦ Analizar el proceso de definición, elaboración y formulación de las políticas públicas teniendo en cuenta la gestión que realizan las instituciones
- ♦ Dominar la organización de las administraciones públicas en el seno de los poderes públicos españoles
- ♦ Analizar el sector exterior y financiero desde una perspectiva del sector público entendiendo los fallos del mercado
- ♦ Entender el origen, los conceptos, las tipologías y las funciones del parlamentarismo
- ♦ Analizar la regulación de los estatutos de autonomía y la relación entre el Estado y las comunidades autónomas y entes locales





Competencias específicas

- ♦ Conocer la gestión y función pública mediante el estudio de las estructuras nacionales e internacionales
- ♦ Identificar problemas o riesgos en las estructuras del mercado
- ♦ Estudiar el origen, conceptos, tipologías y funciones del parlamentarismo para entender su papel actual
- ♦ Identificar los modelos de implementación a través del estudio de sus indicadores, tipologías y enfoques
- ♦ Identificar como es la intervención de la hacienda pública en la vida de la sociedad civil, teniendo en cuenta las imposiciones que hay y los ingresos públicos
- ♦ Entender qué es y cómo funciona la Unión Europea bajo el análisis de las políticas sectoriales



Inscríbete en una titulación académica que te permitirá dominar las herramientas de descentralización del poder en el ordenamiento jurídico”

04

Dirección del curso

TECH apuesta continuamente por la excelencia académica. Por eso, cada uno de sus programas cuenta con equipos docentes de máximo prestigio. Estos expertos disponen de una amplia experiencia en sus campos profesionales y, al mismo tiempo, han alcanzado resultados significativos con sus investigaciones empíricas y trabajos de campo. Además, estos especialistas ocupan un rol protagonista dentro de la titulación universitaria, al asumir la responsabilidad de seleccionar los contenidos más actualizados e innovadores para su inclusión en los temarios. Al mismo tiempo, participan en la elaboración de numerosos recursos multimedia de alto rigor pedagógico.





“

Un completísimo cuadro docente, compuesto por expertos de dilatada experiencia, estará a tu alcance en este programa de TECH”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Nyquist, Eric

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

“

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

05

Estructura y contenido

El alumnado que curse esta titulación universitaria dispondrá de un temario que ha sido confeccionado por un equipo docente especializado y con amplia experiencia en el área de la gestión pública. Gracias a su colaboración se ha desarrollado un plan de estudios distribuido en 10 módulos donde se mostrarán de manera detallada y concisa los elementos de la ciencia de la administración, las políticas económicas, la gestión pública y el propio sistema político español. Asimismo, este MBA dedica un espacio destacado para abordar las políticas sectoriales de la Unión Europea. Los vídeos resúmenes, esquemas interactivos y las lecturas especializadas complementarias favorecerán el aprendizaje y la proyección profesional del alumnado.



“

Adquirirás todos los conocimientos estratégicos en política territorial, gracias a un aprendizaje orientado por docentes con amplia experiencia en Ciencias Políticas”

Módulo 1. Elementos de la ciencia de la administración

- 1.1. Campo de la ciencia de la administración
 - 1.1.1. Evolución y perspectivas de los estudios administrativos
 - 1.1.2. Enfoques para el estudio de la administración pública
 - 1.1.3. Ciencia de la administración: definición y tendencias modernas
- 1.2. Conceptos y tendencias de la organización administrativa
 - 1.2.1. Conceptualización y tipología de organización administrativa
 - 1.2.2. Estructura de la organización administrativa
 - 1.2.3. Situación y tendencias de las organizaciones administrativas
- 1.3. El Estado y las administraciones públicas
 - 1.3.1. Orígenes y evolución del Estado en la modernidad
 - 1.3.2. La administración pública: surgimiento y evolución
 - 1.3.3. Transformaciones y crisis del Estado y la administración
- 1.4. Las administraciones públicas
 - 1.4.1. La administración pública como organización
 - 1.4.2. Enfoques teóricos de la organización
 - 1.4.3. Estructuras, principios y funcionamiento de las administraciones públicas
- 1.5. La administración pública comparada
 - 1.5.1. La administración pública en Alemania
 - 1.5.2. La administración pública en Reino Unido
 - 1.5.3. La administración pública en Francia
 - 1.5.4. La administración pública en los Estados Unidos
 - 1.5.5. La administración pública de la Unión Europea
- 1.6. La administración pública española
 - 1.6.1. Principios de la organización administrativa española
 - 1.6.2. La administración General del Estado: estructura y funcionamiento
 - 1.6.3. Las comunidades y ciudades autónomas
 - 1.6.4. Administraciones locales: funcionamiento y estructuras
- 1.7. La gestión pública
 - 1.7.1. Gobernanza y gestión pública
 - 1.7.2. Características y evolución de la gestión pública
 - 1.7.3. La gestión pública moderna



- 1.8. Función pública y burocracia
 - 1.8.1. La teoría administrativa en la burocracia y los burócratas
 - 1.8.2. El sistema de organización de la burocracia; poder y como grupo dominante
 - 1.8.3. Tipología del empleo público español
- 1.9. Regulación y control de las administraciones pública
 - 1.9.1. Control interno
 - 1.9.2. Control externo
 - 1.9.3. Ética y cultura de la administración pública
- 1.10. Nuevas tendencias en la administración pública
 - 1.10.1. La administración electrónica
 - 1.10.2. El gobierno electrónico
 - 1.10.3. Buen gobierno y transparencia

Módulo 2. Economía política I

- 2.1. Conceptos básicos de economía
 - 2.1.1. Principios básicos de la economía
 - 2.1.2. La oferta, la demanda
 - 2.1.3. Introducción a los enfoques microeconómico y macroeconómico
- 2.2. Principales teorías de la economía
 - 2.2.1. Principales escuelas y corrientes
 - 2.2.2. Teorías económicas de Adam Smith
 - 2.2.3. La teoría de la utilidad
- 2.3. Análisis microeconómico
 - 2.3.1. Características del análisis microeconómico
 - 2.3.2. Consumo, producción y estructura del mercado
 - 2.3.3. Instrumentos y técnicas del análisis microeconómico
- 2.4. Análisis macroeconómico
 - 2.4.1. Definición del análisis macroeconómico
 - 2.4.2. Crecimiento económico, déficit público y balanza de pago
 - 2.4.3. Política económica de España
- 2.5. Comportamiento de las empresas
 - 2.5.1. Mercados competitivos
 - 2.5.2. Mercados no competitivos
 - 2.5.3. Costes y beneficios de las empresas

- 2.6. Bienes públicos y la incidencia del Estado en el mercado
 - 2.6.1. Fallos del mercado
 - 2.6.2. Intervención del Estado
 - 2.6.3. Bienes públicos y externalidades
- 2.7. Política fiscal
 - 2.7.1. Conceptualización de la política fiscal
 - 2.7.2. Objetivos y ciclos de la política fiscal
 - 2.7.3. Política fiscal española
- 2.8. Desempleo, inflación y política monetaria
 - 2.8.1. Desempleo: medición y análisis
 - 2.8.2. Inflación
 - 2.8.3. Conceptualización de la política monetaria
- 2.9. Las relaciones económicas internacionales
 - 2.9.1. La globalización de la economía
 - 2.9.2. Gobernanza global y desarrollo
 - 2.9.3. Integración económica
- 2.10. Desarrollo económico sostenible
 - 2.10.1. Conceptualización de la agenda 2030
 - 2.10.2. Estrategia española de economía circular
 - 2.10.3. La administración pública en la economía y los ODS

Módulo 3. Métodos de gestión pública I

- 3.1. Las políticas públicas
 - 3.1.1. Conceptualización y definiciones básicas
 - 3.1.2. Clasificación de las políticas públicas
 - 3.1.3. Surgimiento del análisis de políticas públicas
- 3.2. Elaboración de las políticas públicas
 - 3.2.1. Ciclo de las políticas públicas
 - 3.2.2. Definición del problema y su relevancia pública
 - 3.2.3. Agenda de actuación del poder público
- 3.3. Actores y agenda pública
 - 3.3.1. Conceptualización y origen de la agenda
 - 3.3.2. Tipología de agendas
 - 3.3.3. Actores, redes y tipología

- 3.4. Toma de decisiones y objetivos
 - 3.4.1. Alternativas y su estudio
 - 3.4.2. Análisis de prospectiva
 - 3.4.3. Enfoques sobre la toma de decisiones
- 3.5. Diseño y formulación de políticas públicas
 - 3.5.1. ¿Cómo se formulan las políticas públicas?
 - 3.5.2. Promotores de las políticas públicas
 - 3.5.3. Modelos de decisión y estilo de las políticas públicas
- 3.6. Enfoque de políticas públicas
 - 3.6.1. Polity, politics and policy
 - 3.6.2. Políticas públicas, democracia y gobernanza
 - 3.6.3. Cambios, críticas y nuevos rumbos
- 3.7. Instituciones y acción pública
 - 3.7.1. La acción pública desde las instituciones
 - 3.7.2. Acción pública y el nuevo institucionalismo
 - 3.7.3. Mecanismo de coordinación de estrategias
- 3.8. Instrumentos de las políticas públicas
 - 3.8.1. Instrumentos programáticos
 - 3.8.2. Instrumentos normativos
 - 3.8.3. Instrumentos de comunicación
- 3.9. Políticas públicas comparadas
 - 3.9.1. La comparativa de las políticas públicas
 - 3.9.2. Proceso de comparación de las políticas públicas
 - 3.9.3. Aspectos prácticos de la comparación de las políticas públicas
- 3.10. Metodología del marco lógico
 - 3.10.1. Definición y conceptos
 - 3.10.2. Factores y fenómenos que influyen en la metodología del marco lógico
 - 3.10.3. Método del marco lógico

Módulo 4. Sistema político español

- 4.1. La Jefatura del Estado: La corona
 - 4.1.1. La monarquía parlamentaria
 - 4.1.2. El Rey como jefe del estado
 - 4.1.2.1. La exención de responsabilidad e inviolabilidad del Rey
 - 4.1.2.2. La Reina consorte

- 4.2. El poder legislativo: las Cortes Generales
 - 4.2.1. Las Cortes Generales
 - 4.2.1.1. Composición de las Cortes generales: El congreso y el Senado
 - 4.2.1.2. Estructura y funcionamiento de las Cámaras
 - 4.2.1.3. El Estatuto de los Parlamentarios
 - 4.2.1.4. Las funciones de las Cortes Generales
 - 4.2.1.5. La disolución de las Cortes Generales
- 4.3. El poder ejecutivo. El Gobierno
 - 4.3.1. El Gobierno
 - 4.3.1.1. Estructura y composición del Gobierno
 - 4.3.1.2. El Estatuto de los Miembros del Gobierno
 - 4.3.1.3. Las funciones del Gobierno
 - 4.3.1.4. El cese del Gobierno y el Gobierno en funciones
- 4.4. El poder judicial
 - 4.4.1. El Poder Judicial y la función jurisdiccional
 - 4.4.2. Principios constitucionales que rigen el Poder Judicial y su función jurisdiccional
 - 4.4.3. El estatuto de jueces y magistrados
 - 4.4.4. El Consejo General del Poder Judicial
- 4.5. El Tribunal Constitucional
 - 4.5.1. Introducción
 - 4.5.2. Composición del Tribunal Constitucional
 - 4.5.3. Organización del Tribunal Constitucional
 - 4.5.4. Funciones del Tribunal Constitucional
- 4.6. Los derechos recogidos en la constitución española
 - 4.6.1. Reconocimiento de los derechos en la Constitución Española de 1978
 - 4.6.2. Clasificación de los derechos
 - 4.6.3. Titularidad y condiciones de ejercicio de los derechos
 - 4.6.4. Límites a los derechos establecidos
 - 4.6.5. El principio de interpretación más favorable al ejercicio de los derechos
 - 4.6.6. La dimensión internacional de los derechos
- 4.7. Las garantías de los derechos
 - 4.7.1. Reserva de Ley
 - 4.7.2. El defensor del Pueblo
 - 4.7.3. La protección jurisdiccional de los derechos
 - 4.7.4. La suspensión de derechos
- 4.8. Derechos fundamentales y libertades públicas
 - 4.8.1. Introducción: Derechos fundamentales y libertades públicas
 - 4.8.2. Art. 15 derecho a la vida y a la integridad física y moral
 - 4.8.3. Art. 16: derecho a la libertad ideológica, religiosa y de culto
 - 4.8.4. Art. 17: derecho a la libertad y seguridad
 - 4.8.5. Art. 18: derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen
 - 4.8.6. Art. 19: derecho a la libertad de circulación
 - 4.8.7. Art. 20: libertad de expresión
 - 4.8.8. Art. 21: derecho de reunión
 - 4.8.9. Art. 22: derecho de asociación
 - 4.8.10. Art. 23: derecho de participación política
 - 4.8.11. Art. 24: derecho a la tutela judicial efectiva
 - 4.8.12. Art. 27: derecho a la educación
 - 4.8.13. Art. 28: derecho a la sindicación y a la huelga
 - 4.8.14. Art. 29: derecho de petición
 - 4.8.15. Garantías (art 53)
- 4.9. Derechos y Deberes de los ciudadanos
 - 4.9.1. Art. 30: derecho y deber de defender a España
 - 4.9.2. Art. 31: deber de contribución a los gastos públicos de acuerdo con la capacidad económica
 - 4.9.3. Art. 32: derecho al matrimonio
 - 4.9.4. Art. 33: derecho a la propiedad privada y a la herencia
 - 4.9.5. Art. 34: derecho de fundación
 - 4.9.6. Art. 35: derecho y deber de trabajar
 - 4.9.7. Art. 37: derecho de negociación colectiva y a la adopción de medidas de conflicto colectivo
 - 4.9.8. Art. 38: derecho a la libertad de empresa
 - 4.9.9. Garantías (art 53)
- 4.10. Principios rectores de la política social y económica
 - 4.10.1. Art. 39: protección de la familia
 - 4.10.2. Art. 40: obligación de promover el progreso económico y social, así como el pleno empleo
 - 4.10.3. Art. 41: obligación de mantener un régimen público de seguridad social
 - 4.10.4. Art. 42: protección de los emigrantes
 - 4.10.5. Art. 43: derecho a la protección de la salud

- 4.10.6. Art. 44: derecho al acceso a la cultura
- 4.10.7. Art. 45: derecho a disfrutar del medio ambiente
- 4.10.8. Art. 46: protección del patrimonio histórico, cultural y artístico
- 4.10.9. Art. 47: derecho a una vivienda digna
- 4.10.10. Art. 48: participación de la juventud
- 4.10.11. Art. 49: protección de las personas con discapacidad
- 4.10.12. Art. 50: protección de la tercera edad
- 4.10.13. Art. 51: protección de los consumidores y usuarios
- 4.10.14. Garantías (art 53.3)

Módulo 5. Organización de los poderes públicos

- 5.1. Organización Constitucional de los poderes públicos
 - 5.1.1. Orígenes de la Constitución
 - 5.1.2. División del poder en un estado de derecho
 - 5.1.3. Introducción a los poderes del Estado
- 5.2. La Corona
 - 5.2.1. Forma política. Estructura y funciones
 - 5.2.2. El Rey como jefe de estado
 - 5.2.3. Actos del Rey. Facultades y referéndums
- 5.3. Las Cortes Generales
 - 5.3.1. Origen y evolución del Parlamento
 - 5.3.2. Sistemas monocamerales y bicamerales
 - 5.3.3. Composición y funciones de las Cámaras parlamentarias en España
- 5.4. El Poder Judicial
 - 5.4.1. Organización y funciones
 - 5.4.2. Jurisdicciones (civil, penal, contencioso-administrativo, laboral)
 - 5.4.3. El Tribunal Supremo
- 5.5. Otros órganos constitucionales
 - 5.5.1. Tribunal constitucional. Organización y funcionamiento
 - 5.5.2. Defensor del pueblo
 - 5.5.3. El consejo de Estado
- 5.6. El gobierno
 - 5.6.1. Estructura y funcionamiento del gobierno
 - 5.6.2. El poder ejecutivo y sus funciones
 - 5.6.3. El Consejo de ministros

- 5.7. Ministerios
 - 5.7.1. Ministros y ministerios. Funciones y estructuras
 - 5.7.2. Organización interna de los ministerios
 - 5.7.3. Secretarías y subsecretarías
- 5.8. Orden territorial del poder
 - 5.8.1. Origen y evolución de las autonomías en España
 - 5.8.2. Competencias de las autonomías españolas
 - 5.8.3. Financiación de las Comunidades autónomas
- 5.9. Administraciones públicas españolas
 - 5.9.1. Estructura general de las administraciones públicas
 - 5.9.2. Órganos centrales de administración del Estado
 - 5.9.3. Órganos delegados del Estado
- 5.10. Organización administrativa en las Comunidades autónomas
 - 5.10.1. Estructura de las consejerías
 - 5.10.2. Entidades locales. Gobierno local
 - 5.10.3. Entes instrumentales de la administración autonómica y estatal
 - 5.10.4. Tipologías de funcionariado

Módulo 6. Métodos de gestión pública II

- 6.1. Implementación de políticas públicas
 - 6.1.1. Gestión de las políticas
 - 6.1.2. Tipologías de implementación
 - 6.1.3. Control de la gestión
 - 6.1.4. Indicadores de gestión
- 6.2. Introducción a la implementación de políticas
 - 6.2.1. Orígenes del estudio de la implementación
 - 6.2.2. Análisis de la implementación de políticas públicas
 - 6.2.3. Problemas que se pueden presentar en la implementación
- 6.3. Modelos de implementación
 - 6.3.1. Enfoques Top-down
 - 6.3.2. Enfoques Bottom up
 - 6.3.3. Costes y pautas de implementación
 - 6.3.4. La burocracia en la fase de implementación

- 6.4. Introducción a la evaluación
 - 6.4.1. Historia y orígenes de la evaluación
 - 6.4.2. Criterios del procedimiento evaluativo
 - 6.4.3. La evaluación como proceso analítico
 - 6.4.4. Institucionalización en España
- 6.5. La evaluación de las políticas públicas
 - 6.5.1. Tipología de las evaluaciones
 - 6.5.2. Paradigmas teóricos de la evaluación
 - 6.5.3. Perspectiva clásica y pluralista en evaluación
- 6.6. Planificación de la evaluación
 - 6.6.1. Contexto y motivaciones para evaluar
 - 6.6.2. Objetivos y alcance de la evaluación
 - 6.6.3. Preguntas de la evaluación
 - 6.6.4. Identificación de actores y destinatarios
- 6.7. Metodología para las evaluaciones
 - 6.7.1. Enfoques teóricos y causales
 - 6.7.2. Enfoques experimentales
 - 6.7.3. Enfoques participativos
- 6.8. Indicadores para la evaluación
 - 6.8.1. Tipología de indicadores relevantes
 - 6.8.2. Como construir indicadores para la evaluación
 - 6.8.3. Valorando la calidad de los indicadores
 - 6.8.4. Matriz de evaluación SMART
- 6.9. Gobernanza y participación
 - 6.9.1. Definición de gobierno, gobernanza y gobernabilidad
 - 6.9.2. Rendición de cuentas
 - 6.9.3. Modelos de participación en políticas públicas
- 6.10. Criterios para la evaluación
 - 6.10.1. Credibilidad de las evaluaciones
 - 6.10.2. Criterios éticos de la práctica evaluativa
 - 6.10.3. La agencia estatal de evaluación de políticas públicas

Módulo 7. Economía política II

- 7.1. Introducción
 - 7.1.1. Actividades del Estado en una economía de mercado
 - 7.1.2. Objetivos de la actividad económica del Estado
 - 7.1.3. Instrumentos de la actividad económica del Estado
- 7.2. Problemas y sectores económicos
 - 7.2.1. Inflación y desempleo
 - 7.2.2. Medición de la inflación y desempleo
 - 7.2.3. Uso de las estadísticas del INE
 - 7.2.4. Causas y consecuencias del desempleo y la inflación
- 7.3. Sector exterior y financiero
 - 7.3.1. Conceptualización del dinero y sector exterior
 - 7.3.2. Funciones del sistema financiero
 - 7.3.3. Banco Central
- 7.4. Sector público
 - 7.4.1. Delimitaciones del sector público
 - 7.4.2. Funciones del sector público
 - 7.4.3. Indicadores
- 7.5. Fallos del mercado
 - 7.5.1. Externalidades
 - 7.5.2. Los bienes públicos
 - 7.5.3. Otros fallos del mercado
- 7.6. Hacienda pública
 - 7.6.1. Intervención del sector público en la economía
 - 7.6.2. Justificación de la intervención
 - 7.6.3. Intervención y políticas públicas
- 7.7. Ingresos públicos
 - 7.7.1. Tipos de ingresos del sector público
 - 7.7.2. Ingresos tributarios
 - 7.7.3. Características de los tributos
- 7.8. Imposición indirecta
 - 7.8.1. Modelos de imposición directa
 - 7.8.2. Impuestos indirectos
 - 7.8.3. Sistemas alternativos en el diseño del IVA

- 7.9. Imposición directa
 - 7.9.1. Introducción y modalidades
 - 7.9.2. Fuentes de renta
 - 7.9.3. Impuesto sobre el patrimonio e impuesto sobre sucesiones y donaciones
- 7.10. Hacienda pública multijurisdiccional
 - 7.10.1. Introducción y funciones
 - 7.10.2. Descentralización de los tributos
 - 7.10.3. Transferencias intergubernamentales

Módulo 8. Parlamento y parlamentarismo en España

- 8.1. Origen
 - 8.1.1. Antecedentes
 - 8.1.2. Asambleas estamentales
 - 8.1.3. Transformación de las asambleas en el Estado moderno
- 8.2. Parlamento y parlamentarismo
 - 8.2.1. Conceptualización
 - 8.2.2. Tipologías
 - 8.2.3. Funciones
- 8.3. Casos representativos
 - 8.3.1. Estado y sociedad en Inglaterra
 - 8.3.2. Parlamento en Norteamérica
 - 8.3.3. Parlamento en el Estado liberal
- 8.4. Transformación de los parlamentos
 - 8.4.1. Parlamentos y los partidos modernos
 - 8.4.2. Nuevas fuerzas en los parlamentos
 - 8.4.3. Del Estado liberal al Estado social
- 8.5. Crisis del parlamentarismo
 - 8.5.1. Crisis del parlamentarismo
 - 8.5.2. Parlamentos después de la segunda guerra mundial
 - 8.5.3. Defensa del parlamentarismo
- 8.6. Parlamentarismo en las Democracias consociacionales
 - 8.6.1. Conceptualización
 - 8.6.2. Dinamarca y Suecia
 - 8.6.3. Finlandia, Islandia y Noruega

- 8.7. Otros casos relevantes
 - 8.7.1. Antecedentes históricos
 - 8.7.2. Sudáfrica
 - 8.7.3. Israel
- 8.8. Parlamentos actuales
 - 8.8.1. Parlamentos en las sociedades actuales
 - 8.8.2. Grupos sociales que componen los Parlamentos actuales
 - 8.8.3. Nuevas formas de ciudadanía y repercusión en los Parlamentos
- 8.9. Parlamentarismo español
 - 8.9.1. Origen y evolución
 - 8.9.2. Las cortes actuales
 - 8.9.3. Fuerzas políticas desde la Constitución del 78
- 8.10. Legitimación democrática del gobierno
 - 8.10.1. Legislatura e investidura del presidente de gobierno
 - 8.10.2. Moción de censura
 - 8.10.3. Moción de confianza
 - 8.10.4. Disolución de las cortes

Módulo 9. Políticas sectoriales de la Unión Europea

- 9.1. Unión Europea
 - 9.1.1. Qué es y qué hace la Unión Europea
 - 9.1.2. Cómo se toman las decisiones de la Unión Europea
 - 9.1.3. Políticas sectoriales
- 9.2. Agricultura
 - 9.2.1. Zonas rurales dinámicas
 - 9.2.2. Políticas de productos agrícolas de calidad
 - 9.2.3. Normativa y legislación europea
- 9.3. Ayuda humanitaria
 - 9.3.1. Valores humanitarios europeos
 - 9.3.2. Legislación
 - 9.3.3. Principios e intervenciones
- 9.4. Derechos humanos y Democracia
 - 9.4.1. Promoción y protección de los derechos humanos
 - 9.4.2. Carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea
 - 9.4.3. Actuación europea en materia de derechos humanos

- 9.5. Desarrollo y cooperación
 - 9.5.1. Desarrollo sostenible y erradicación de la pobreza
 - 9.5.2. Objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas
 - 9.5.3. Acciones de la Unión Europea por región geográfica
 - 9.6. Empleo y asuntos sociales
 - 9.6.1. Pilar europeo de derechos sociales
 - 9.6.2. Legislación de la Unión Europea
 - 9.6.3. Políticas y actuaciones en empleo y asuntos sociales
 - 9.7. Energía
 - 9.7.1. Legislación europea sobre energía
 - 9.7.2. Energías renovables
 - 9.7.3. Etiquetado energético y diseño ecológico
 - 9.7.4. Financiación energética
 - 9.8. Política regional
 - 9.8.1. Legislación sobre política regional
 - 9.8.2. Origen y evolución de los proyectos regionales
 - 9.8.3. Financiación regional de la Unión Europea
 - 9.9. Mercado único
 - 9.9.1. Legislación sobre mercado único
 - 9.9.2. Unión de los mercados de capitales
 - 9.9.3. Mercado único digital
 - 9.10. Medio ambiente
 - 9.10.1. Prioridades medioambientales de la Unión Europea
 - 9.10.2. Legislación sobre medio ambiente
 - 9.10.3. Estadísticas sobre las políticas en materia de medio ambiente
- Módulo 10. Política autonómica y local**
- 10.1. Descentralización del poder
 - 10.1.1. Conceptualización y ordenamiento jurídico
 - 10.1.2. Orígenes y evolución
 - 10.1.3. Modelos de descentralización
 - 10.2. Autonomía política
 - 10.2.1. Conceptualización y evolución
 - 10.2.2. Estatutos de autonomía
 - 10.2.3. Pactos y reformas de los estatutos de autonomía
 - 10.3. Estatutos de autonomía
 - 10.3.1. Régimen jurídico
 - 10.3.2. Cooperación entre el Estado y las Comunidades autónomas
 - 10.3.3. Lenguas cooficiales de España
 - 10.4. Las autonomías
 - 10.4.1. Descripción de las autonomías
 - 10.4.2. Políticas públicas autonómicas
 - 10.4.3. Futuro de las autonomías
 - 10.5. Política local
 - 10.5.1. Conceptualización
 - 10.5.2. Régimen jurídico
 - 10.5.3. Modelos de gobierno local
 - 10.6. Sistema de información local
 - 10.6.1. Origen, normativa y funciones
 - 10.6.2. Registro de entidades locales
 - 10.6.3. Base de datos
 - 10.6.4. Barómetro sobre la calidad de vida en municipios
 - 10.7. Gobiernos locales
 - 10.7.1. La gobernabilidad política local
 - 10.7.2. Gestión de la política local
 - 10.7.3. Liderazgo, transparencia y comunicación
 - 10.8. Sistema parlamentario autonómico
 - 10.8.1. Conceptualización y ordenamiento jurídico
 - 10.8.2. Asambleas legislativas
 - 10.8.3. Poder ejecutivo autonómico
 - 10.8.4. Otros órganos de las Comunidades autónomas
 - 10.9. Sistema de información del mercado interior (IMI)
 - 10.9.1. Conceptualización, normativa y estructura
 - 10.9.2. Mecanismos previstos en el IMI
 - 10.9.3. Estadísticas del IMI: uso y análisis
 - 10.10. Cooperación entre el Estado, las Comunidades Autónomas y las entidades locales
 - 10.10.1. Conceptos y normativas
 - 10.10.2. Cooperación entre el Estado y las Comunidades Autónomas
 - 10.10.3. Cooperación entre el Estado y las entidades locales

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

- 11.1. Globalización y Gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. Liderazgo
 - 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
 - 11.2.2. Liderazgo en las empresas
 - 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.3.3. Gestión de la Diversidad
- 11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
 - 11.4.2. Concepto de Liderazgo
 - 11.4.3. Teorías del Liderazgo
 - 11.4.4. Estilos de Liderazgo
 - 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
 - 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 11.5. Ética empresarial
 - 11.5.1. Ética y Moral
 - 11.5.2. Ética Empresarial
 - 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.6. Sostenibilidad
 - 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Las empresas sostenibles
- 11.7. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
 - 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

- 11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
 - 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
 - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.2.1. Análisis del potencial
 - 12.2.2. Política de retribución
 - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.3.1. La gestión del rendimiento
 - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
 - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 12.4.3. Fidelización y retención
 - 12.4.4. Proactividad e innovación

- 12.5. Motivación
 - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
 - 12.5.2. La teoría de las expectativas
 - 12.5.3. Teorías de las necesidades
 - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
 - 12.7.1. Gestión del cambio
 - 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.8. Negociación y gestión de conflictos
 - 12.8.1. Negociación
 - 12.8.2. Gestión de Conflictos
 - 12.8.3. Gestión de Crisis
- 12.9. Comunicación directiva
 - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.9.2. Departamentos de Comunicación
 - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.10.1. La productividad
 - 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- 13.1. Entorno Económico
 - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 13.1.2. Instituciones financieras
 - 13.1.3. Mercados financieros
 - 13.1.4. Activos financieros
 - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad Directiva
 - 13.2.1. Conceptos básicos
 - 13.2.2. El Activo de la empresa
 - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 13.2.5. La Cuenta de Resultados
- 13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
 - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.4. Presupuesto y Control de Gestión
 - 13.4.1. El modelo presupuestario
 - 13.4.2. El Presupuesto de Capital
 - 13.4.3. La Presupuesto de Explotación
 - 13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
 - 13.4.6. Seguimiento del Presupuesto
- 13.5. Dirección Financiera
 - 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.5.2. El departamento financiero
 - 13.5.3. Excedentes de tesorería
 - 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 13.6. Planificación Financiera
 - 13.6.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.6.4. El cuadro *Cash Flow*
 - 13.6.5. El cuadro de circulante
- 13.7. Estrategia Financiera Corporativa
 - 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

- 13.8. Financiación Estratégica
 - 13.8.1. La autofinanciación
 - 13.8.2. Ampliación de fondos propios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.9. Análisis y planificación financiera
 - 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
 - 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
 - 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad
- 13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- 14.1. Dirección comercial
 - 14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
 - 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
 - 14.1.3. El rol de los directores comerciales
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Concepto de Marketing
 - 14.2.2. Elementos básicos del marketing
 - 14.2.3. Actividades de marketing de la empresa
- 14.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
 - 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 14.4. Marketing digital y comercio electrónico
 - 14.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
 - 14.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
 - 14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
 - 14.4.4. Categorías del comercio electrónico
 - 14.4.5. Ventajas y desventajas del Ecommerce frente al comercio tradicional
- 14.5. Marketing digital para reforzar la marca
 - 14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*

- 14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hipersegmentación
- 14.7. Gestión de campañas digitales
 - 14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
 - 14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
 - 14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 14.8. Estrategia de ventas
 - 14.8.1. Estrategia de ventas
 - 14.8.2. Métodos de ventas
- 14.9. Comunicación Corporativa
 - 14.9.1. Concepto
 - 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 14.9.5. Elementos de la comunicación
 - 14.9.6. Problemas de la comunicación
 - 14.9.7. Escenarios de la comunicación
- 14.10. Comunicación y reputación digital
 - 14.10.1. Reputación online
 - 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
 - 14.10.3. Herramientas de reputación online
 - 14.10.4. Informe de reputación online
 - 14.10.5. Branding online

Módulo 15. Management Directivo

- 15.1. General Management
 - 15.1.1. Concepto de General Management
 - 15.1.2. La acción del Manager General
 - 15.1.3. El Director General y sus funciones
 - 15.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques



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

06

Metodología

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

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



“

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

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

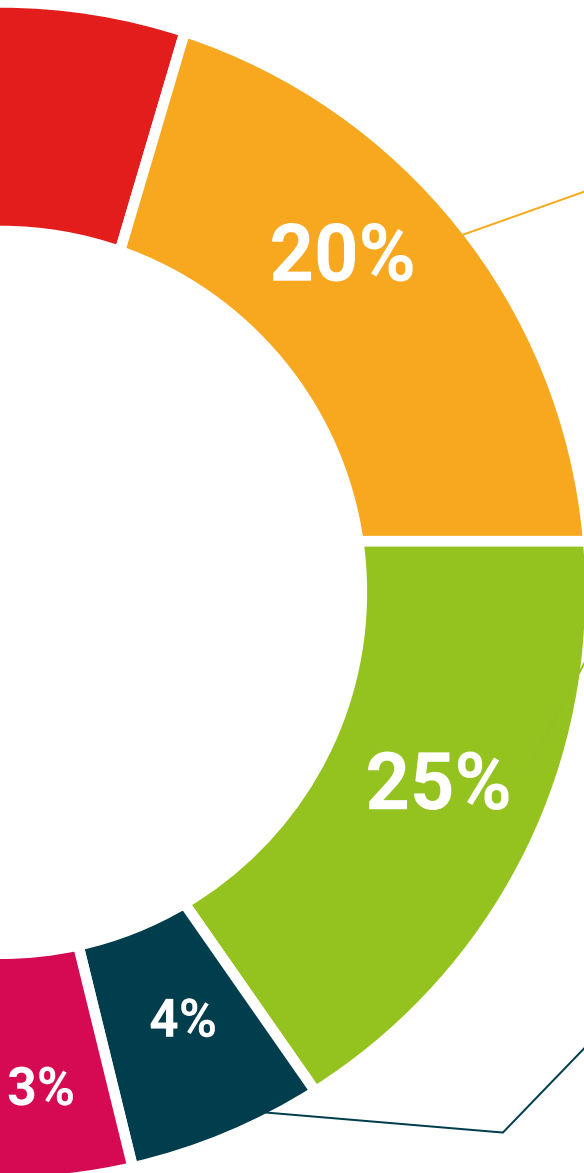
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

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



07

Titulación

Este programa MBA en Gestión de Políticas Territoriales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster de Formación Permanente expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título de **MBA en Gestión de Políticas Territoriales** emitido por TECH Universidad Tecnológica.

TECH Universidad Tecnológica, 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.

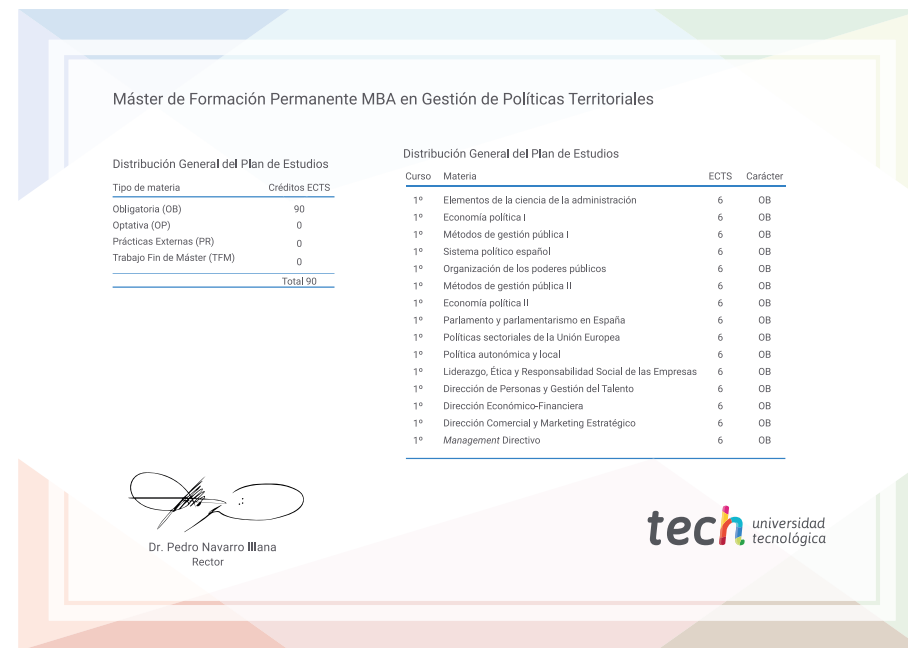
Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: **Máster de Formación Permanente MBA en Gestión de Políticas Territoriales**

Modalidad: **online**

Duración: **7 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



**Máster de Formación
Permanente**
MBA en Gestión
de Políticas Territoriales

- » Modalidad: online
- » Duración: 7 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster de Formación Permanente

MBA en Gestión de Políticas Territoriales

