

# Grand Master de Formación Permanente Alta Dirección en Centros Educativos





## Grand Master de Formación Permanente Alta Dirección en Centros Educativos

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

Acceso web: [www.techtute.com/educacion/grand-master/grand-master-alta-direccion-centros-educativos](http://www.techtute.com/educacion/grand-master/grand-master-alta-direccion-centros-educativos)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competencias

---

*pág. 14*

04

Dirección del curso

---

*pág. 18*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 40*

06

Metodología de estudio

---

*pág. 56*

07

Titulación

---

*pág. 66*

# 01

# Presentación

El trabajo de los directores de los centros educativos es de extrema responsabilidad, ya que de su gestión depende el buen funcionamiento de estas instituciones, en las que participa un elevado número de personas que conforman la comunidad educativa: docentes, alumnos, padres, etc. En este programa ofrece la especialización más completa para que adquirir las habilidades necesarias para la correcta dirección y gestión de centros educativos.





“

*En este Grand Máster de Formación Permanente te damos las claves para la correcta gestión y dirección de centros educativos, a través de una preparación intensiva y completa”*

Dirigir un centro educativo es una labor compleja. No solo el trabajo de numerosos profesionales de la docencia recae sobre la supervisión de esta área, sino también el desarrollo intelectual, emocional y social de cientos de estudiantes que acuden cada día a su centro de estudios.

Durante este Grand Master de Formación Permanente podrás adquirir los conocimientos necesarios para promover un ambiente de aprendizaje y convivencia en el centro educativo, que mejore el estado emocional, la autoestima, la motivación, la adaptabilidad, la perseverancia y la empatía. Gracias a este programa aprenderás a gestionar positivamente la toma de decisiones, el retardo de la gratificación, la cooperación, el trabajo en equipo, la prevención y la gestión de conflictos entre el equipo docente y el alumnado en todas sus interacciones posibles.

A lo largo de esta capacitación, el alumno recorrerá todos los planteamientos actuales en los diferentes retos que su profesión plantea. Un paso de alto nivel que se convertirá en un proceso de mejora, no solo profesional, sino personal. Además, en TECH asumimos un compromiso social: ayudar a la formación de profesionales altamente cualificados y desarrollar sus competencias personales, sociales y laborales durante el desarrollo la misma.

No solo te llevaremos a través de los conocimientos teóricos, sino que te mostraremos otra manera de estudiar y aprender, más orgánica, más sencilla y eficiente. Trabajaremos para mantenerte motivado y para crear en ti pasión por el aprendizaje. Y te impulsaremos a pensar y a desarrollar el pensamiento crítico.

Este Grand Master de Formación Permanente está concebido para darte acceso a los conocimientos específicos de esta disciplina de una forma intensiva y práctica. Una apuesta de gran valor para cualquier profesional. Además, al tratarse de una formación 100% online, es el propio alumno el que decide dónde y cuándo estudiar. Sin obligaciones de horarios fijos ni de traslados al aula, lo que facilita la conciliación con la vida familiar y laboral.

Este **Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección en Centros Educativos** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Las características más destacadas son:

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



*Una capacitación de alto nivel científico, apoyada en un avanzado desarrollo tecnológico y en la experiencia docente de los mejores profesionales”*

“

*Te ofrecemos la preparación más completa del mercado para que adquieras las habilidades necesarias en este campo, de tal manera que seas capaz de gestionar las instituciones educativas aportando una visión empresarial global y estratégica”*

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la educación, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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

*Una capacitación creada para profesionales que aspiran a la excelencia y que te permitirá adquirir nuevas competencias y estrategias de manera fluida y eficaz.*

*Una inmersión profunda y completa en las estrategias y planteamientos necesarios para desarrollarte como director de centros educativos.*



# 02

# Objetivos

Nuestro objetivo es preparar a profesionales altamente cualificados para la experiencia laboral. Un objetivo que se complementa, además, de manera global, con el impulso de un desarrollo humano que sienta las bases de una sociedad mejor. Este objetivo se materializa en conseguir ayudar a los profesionales a acceder a un nivel de competencia y control mucho mayor. Una meta que podrás dar por adquirida, con una formación de alta intensidad y precisión.







“

*Si tu objetivo es mejorar en tu profesión, adquirir una cualificación que te habilite para competir entre los mejores, no busques más: bienvenido a TECH”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Definir las últimas tendencias y novedades en gestión empresarial
- ♦ Construir un plan de desarrollo y mejora de habilidades personales y directivas
- ♦ Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- ♦ Desarrollar la capacidad de detección, análisis y resolución de problemas
- ♦ Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial
- ♦ Explicar la empresa desde un punto de vista global, así como la responsabilidad que desarrolla cada área de la misma
- ♦ Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial
- ♦ Formular e implementar estrategias de crecimiento que adapten la empresa a los cambios del entorno nacional e internacional
- ♦ Conocer las líneas estructurales y principales problemas de los centros educativos
- ♦ Comparar y analizar el sistema educativo español con sistemas educativos de otros países de referencia
- ♦ Conocer los nuevos modelos de dirección educativa
- ♦ Conocer los nuevos retos que se plantean en el sistema educativo actual
- ♦ Conocer los modelos y procesos de organización de centros
- ♦ Comprender la estructura general y organizativa del centro escolar
- ♦ Conocer los perfiles y estilos de dirección y organización en los diferentes estilos de sistemas educativos
- ♦ Aprender a gestionar y dirigir la elaboración y desarrollo de un plan de gestión de un centro educativo
- ♦ Saber gestionar y dirigir la definición y elaboración del proyecto educativo del centro atendiendo a criterios de mejora de la calidad, atención a la diversidad, convivencia y prevención de problemas de aprendizaje
- ♦ Identificar las funciones de los distintos órganos unipersonales y colegiados del centro
- ♦ Identificar agentes de cambio y resistencias al cambio en un centro educativo y ser capaz de gestionar eficazmente
- ♦ Conocer los procesos de interacción y comunicación en el centro y ser capaz de dar soluciones en situaciones de conflicto
- ♦ Adquirir las herramientas necesarias para el trabajo en equipo, la negociación y la conciliación
- ♦ Conocer los conceptos de cultura, clima y valores y ser capaz de concretar y definir los mismos en un centro educativo en función de sus características



*Conviértete en agente del cambio en el paradigma educativo impulsando a todo tu alumnado a lograr sus metas”*



## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

- ♦ Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores
- ♦ Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa

### Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* directivo

- ♦ Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información
- ♦ Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa

### Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Identificar el grupo de trabajo de la empresa
- ♦ Realizar planes de organización del personal
- ♦ Identificar los líderes de los grupos de cada área

### Módulo 4. Dirección económico-financiera

- ♦ Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa
- ♦ Realizar un plan financiero para identificar los pasos a seguir en proyectos de alta envergadura
- ♦ Realizar presupuestos para la realización de planes y proyectos

### Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- ♦ Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía
- ♦ Diseñar planes de organización para el crecimiento corporativo
- ♦ Identificar las principales áreas de la empresa

### Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- ♦ Identificar los sistemas de información que repercuten en las empresas
- ♦ Desarrollar planes de crecimiento corporativo desde los sistemas de información
- ♦ Diseñar protocolos de alto valor informativo

### Módulo 7. Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa

- ♦ Elaborar y liderar planes de marketing

### Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- ♦ Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento
- ♦ Crear estrategias innovadoras acordes con nuestros proyectos

### Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- ♦ Comprender los conceptos fundamentales de la innovación y su aplicación en el ecosistema empresarial
- ♦ Desarrollar estrategias de innovación basadas en inteligencia estratégica y metodologías adaptadas
- ♦ Aplicar los principios del *Project Management* para la creación y desarrollo de *startups*
- ♦ Implementar la gestión de riesgos y comunicaciones en proyectos de innovación utilizando metodologías tradicionales e innovadoras

### **Módulo 10. Management Directivo**

- ♦ Comprender el concepto de General Management y las funciones del Director General
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación y gestión en situaciones de crisis dentro de las organizaciones
- ♦ Aplicar estrategias de liderazgo y gestión de equipos en entornos multiculturales
- ♦ Desarrollar la marca personal y gestionar la inteligencia emocional en el ámbito directivo

### **Módulo 11. El liderazgo educativo y las habilidades directivas**

- ♦ Conocer las funciones propias de la figura del director de un centro educativo
- ♦ Conocer las funciones, las obligaciones y las responsabilidades de los órganos de dirección del centro
- ♦ Mostrar la expresión oral como competencia a desarrollar en el aula
- ♦ Adquirir inteligencia emocional, liderazgo y habilidades directivas
- ♦ Entender la importancia de la actitud en el director como líder

### **Módulo 12. Organización y gestión estratégica de las instituciones educativas**

- ♦ Conocer los distintos estamentos de un centro educativo
- ♦ Analizar los distintos sistemas educativos de diversos países
- ♦ Valorar el centro educativo como Institución y Organización
- ♦ Reflexionar sobre las dimensiones constitutivas de la organización escolar
- ♦ Mostrar los distintos modelos de organizaciones educativas
- ♦ Descubrir los distintos enfoques de los centros educativos
- ♦ Reflexionar sobre la Escuela como Organización que aprende

- ♦ Examinar los criterios de gestión del conjunto de la comunidad educativa
- ♦ Aprender a analizar los sistemas representacionales de los docentes y de los alumnos

### **Módulo 13. Dirección y gestión de recursos administrativos y económicos**

- ♦ Establecer los criterios de gestión de los recursos materiales y no materiales
- ♦ Identificar cuál es el proceso administrativo aplicado al centro educativo
- ♦ Entender la importancia del presupuesto y de las inversiones
- ♦ Examinar cómo debe ser la transparencia en la dirección administrativa
- ♦ Entender cómo se debe dirigir administrativamente un centro educativo

### **Módulo 14. Dirección y gestión de recursos humanos. Comunicación interpersonal**

- ♦ Identificar los perfiles apropiados de los docentes para los distintos cargos del departamento de dirección
- ♦ Detallar la naturaleza, los objetivos del centro y los recursos
- ♦ Determinar los criterios para la configuración de la jornada laboral de los docentes
- ♦ Identificar y entender los distintos tipos de modelos de contratación

### **Módulo 15. Marco normativo y estrategias de aplicación en centros educativos**

- ♦ Conocer el marco legislativo de un centro educativo
- ♦ Analizar la Escuela como Institución y como Organización
- ♦ Revelar el binomio Escuela- Familia como pilares importantes de la educación
- ♦ Analizar los distintos tipos de documentos institucionales de un centro
- ♦ Dominar las distintas estrategias de aplicación y diseño

**Módulo 16. Innovación e investigación educativa. Análisis comparado de modelos educativos**

- ♦ Presentar las características de las escuelas del futuro
- ♦ Desarrollar un Proyecto de Innovación educativa
- ♦ Examinar los factores claves de la Innovación educativa
- ♦ Elaborar un plan de Desarrollo de Innovación tecnológica
- ♦ Presentar el nuevo paradigma de la educación
- ♦ Mostrar los Procesos de transmisión de enseñanza
- ♦ Definir el concepto de la Programación Neurolingüística
- ♦ Explicar Los fundamentos de la PNL
- ♦ Explicar los hemisferios cerebrales y su relación con el aprendizaje

**Módulo 17. Gestión de la calidad. Evaluación de planes de mejora del centro. Diseño de planes de excelencia**

- ♦ Definir Proyecto de Gestión
- ♦ Presentar el trabajo colaborativo como medio para la Atención a la diversidad y Educación Inclusiva
- ♦ Proponer los principios de atención a la diversidad
- ♦ Reflexionar sobre la Creación de programas según las necesidades del centro educativo
- ♦ Adquirir conocimiento sobre las Altas Capacidades Intelectuales
- ♦ Analizar la importancia de la evaluación inicial, continua y final del aprendizaje

**Módulo 18. Marketing educativo, gestión comercial y promoción externa**

- ♦ Entender la importancia de la ventaja competitiva en la promoción
- ♦ Analizar y aplicar distintos elementos de branding para centros educativos
- ♦ Profundizar en la aplicación del modelo Disney en el centro educativo
- ♦ Identificar cómo realizar una campaña de promoción
- ♦ La figura del cliente en un centro educativo

**Módulo 19. Las TIC como herramienta de gestión y planificación**

- ♦ Fomentar la participación de toda la comunidad educativa en chats y foros digitales
- ♦ Aprender a trabajar con los recursos TIC en el aula
- ♦ Profundizar en el uso de redes sociales en el aula
- ♦ Identificar las distintas herramientas de gestión de tareas
- ♦ Dominar la aplicación Alexia y su instauración en el centro educativo

**Módulo 20. Trabajo en equipo, dinámicas de grupos y resolución de conflictos**

- ♦ Justificar la motivación en el aula como motor de aprendizaje
- ♦ Desarrollar las bases del trabajo colaborativo
- ♦ Incorporar la coevaluación para grupos e individuos
- ♦ Desarrollar un plan de prevención de la violencia en el aula
- ♦ Establecer medidas para la resolución pacífica de conflictos
- ♦ Transmitir la atención a las diferencias individuales como objetivo inicial y final
- ♦ Dirigir y supervisar los foros digitales

# 03

# Competencias

Una vez estudiados todos los contenidos y alcanzados los objetivos del Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección en Centros Educativos, el profesional tendrá una superior competencia y desempeño en esta área. Un planteamiento completísimo, en una especialización de alto nivel, que marca la diferencia.



“

*Acceder a la excelencia en cualquier profesión requiere esfuerzo y constancia. Pero, sobre todo, el apoyo de profesionales que te aporten el impulso que te hace falta, con los medios y el soporte necesarios”*



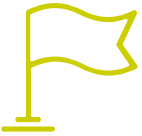
## Competencias generales

---

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios sobre los procesos de dirección y gestión de centros educativos, que capaciten para comprender y desarrollar los mecanismos y procedimientos de organización, planificación, ejecución, supervisión y evaluación de resultados en los distintos ámbitos de actuación de las instituciones educativas
- ♦ Facilitar las estrategias e instrumentos básicos para llevar a la práctica una gestión innovadora y generadora de calidad educativa
- ♦ Integrar aquellos valores y actitudes que faciliten el ejercicio de un liderazgo eficaz de las instituciones educativas y de la gestión del cambio
- ♦ Incorporar las técnicas y habilidades necesarias que requieren el liderazgo y gobierno de personas en las instituciones educativas, en beneficio de toda la comunidad educativa y de sus diversos entornos de actuación
- ♦ Distinguir las alternativas metodológicas que permitan ejercer una dirección colaborativa, que promueva el trabajo cooperativo y participativo en las instituciones educativas
- ♦ Seleccionar y elaborar diversas modalidades de información, con objeto de aplicarla adecuadamente en los procesos de dirección y gestión de centros educativos
- ♦ Identificar la legislación y normativa educativa vigente, a nivel nacional e internacional, y saber aplicarla en la dirección y gestión de los centros docentes
- ♦ Reconocer, seleccionar y evaluar los procedimientos de interacción y comunicación, tanto interna como externa, de una institución educativa
- ♦ Promover, incorporar y analizar las aptitudes y habilidades básicas para fomentar la convivencia, en los diversos entornos educativos, y abordar con eficiencia la resolución de posibles conflictos







## Competencias específicas

- ♦ Conocer los sistemas de dirección y gestión de centros en diversos países
- ♦ Conocer los estamentos básicos del equipo de dirección de un centro educativo
- ♦ Conocer las funciones propias de cada miembro del equipo de dirección
- ♦ Ser capaz de entender la figura del director como líder de la organización
- ♦ Concienciarse y concienciar al conjunto de la comunidad educativa de la formación continua o *Long Life Learning* en una sociedad cambiante
- ♦ Interiorizar y asumir la noción del concepto educativo como nueva organización que se aleja del concepto tradicional de escuela
- ♦ Ser capaz de liderar un plan de gestión de acorde a las necesidades propias de su centro educativo
- ♦ Entender la escuela como institución y como organización
- ♦ Entender la escuela como organización que aprende
- ♦ Hacer entender al conjunto de docentes el trabajo cooperativo como herramienta para el aprendizaje y para la preparación para el mundo laboral
- ♦ Liderar un plan de innovación educativa en el centro educativo
- ♦ Transmitir al conjunto de la comunidad educativa, incluidos familias, la atención a la diversidad y la educación Inclusiva como filosofía compartida del centro
- ♦ Liderar un plan de convivencia
- ♦ Entender la resolución pacífica de los conflictos a través del diálogo
- ♦ Animar al equipo docente a incluir las TIC en sus aulas como herramienta de aprendizaje
- ♦ Interpretar y aplicar los documentos relativos a la gestión de recursos del centro educativo; tanto para la dirección y gestión de recursos humanos, como para la gestión administrativa, económica y material del centro
- ♦ Identificar y valorar la utilización, en distintos contextos, de los diversos tipos y soportes de material informativo e informatizado que inciden en la dirección y gestión de centros educativos
- ♦ Analizar y contrastar las competencias, funciones y tareas propias de la dirección y gestión de centros educativos, en sus distintos ámbitos y entornos de actuación, y específicamente en lo que afecten tanto al profesorado como al personal de administración y servicios del centro
- ♦ Promover una orientación estratégica en las distintas áreas o ámbitos de la dirección y gestión de centros educativos
- ♦ Comprender, analizar y describir, de forma comparativa, distintos modelos educativos en el ámbito internacional, y en función de distintas culturas, contextos sociales y metodologías de enseñanza aprendizaje

# 04

## Dirección del curso

Dentro del concepto de calidad total de nuestra universidad, tenemos el orgullo de poner a disposición un cuadro docente de altísimo nivel, elegido por su contrastada experiencia en el ámbito educativo. Profesionales de diferentes áreas y competencias que componen un elenco multidisciplinar completo. Una oportunidad única de aprender de los mejores.





“

*Nuestros profesores pondrán a tu disposición su experiencia y su capacidad docente para ofrecerte un proceso de especialización estimulante y creativo”*

## 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 **synetizar 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”*

## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



## Dña. Thole-Muir, Wendy

---

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

“

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

## Dirección



### Dr. Borrás Sanchís, Salvador

- ◆ Psicólogo, Maestro y Logopeda
- ◆ Orientador Educativo en Generalitat Valenciana, Consejería de Educación
- ◆ Especialista de Abile Educativa
- ◆ Socio de Avance SL
- ◆ Asesor pedagógico y colaborador externo de Aula Salud
- ◆ Director Pedagógico en iteNlearning
- ◆ Autor de la *Guía para la reeducación de la deglución atípica y trastornos asociados*
- ◆ Director pedagógico en el Instituto DEIAP
- ◆ Licenciado en Psicología
- ◆ Maestro de Audición y Lenguaje
- ◆ Diplomado en Logopedia

## Profesores

### Dr. Arroyo Fernández, Alejandro

- ♦ Profesor de Español. Instituto Cervantes
- ♦ Profesor de español. Volkshochschule VHS Köln, Alemania
- ♦ Profesor de español. Volkshochschule Frechen, Alemania
- ♦ Profesor de español. Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Alemania
- ♦ Colaborador en revistas digitales de crítica literaria y docente de español para extranjeros en España
- ♦ Doctorado Estudios Literarios, Literatura norteamericana. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Licenciado en Filología Inglesa
- ♦ Especializado en literatura norteamericana contemporánea y literatura victoriana
- ♦ Máster en Estudios Literarios Europeos
- ♦ Máster en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera

### Dña. Azcunaga Hernández, Amaia

- ♦ Especialista en Interpretación y Traducción de Idiomas
- ♦ Integrante del Equipo de Servicios Internacionales en McKinsey & Company, Polonia
- ♦ Profesora de Lenguas Extranjeras con experiencia docente en varios países y ámbitos educativos
- ♦ Grado, Interpretación y Traducción de Idiomas por la Universidad Politécnica de Valencia
- ♦ Máster en Didáctica del español como Lengua Extranjera
- ♦ Especialista en dinámicas de grupo aplicadas a la enseñanza

### D. Velasco Rico, Guillermo

- ♦ Examinador DELE y Escritor Creativo
- ♦ Profesor de Español en Just Spanish
- ♦ Colaborador en Diario de Burgos
- ♦ Profesor de Español en la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Diseñador de Contenidos en Deliberate Spanish
- ♦ Coordinador académico del Centro de Estudios Hispánicos de Sarajevo
- ♦ Cátedra Universitaria en la Agencia Española de Cooperación Internacional para el desarrollo (AECID)
- ♦ Licenciado en Filología Hispánica por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en ELE por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Certificado Examinador DELE por el Instituto Cervantes

### Dña. Jiménez Romero, Yolanda

- ♦ Asesora Pedagógica y Colaboradora Externa Educativa
- ♦ Coordinadora Académica en Campus Universitario Online
- ♦ Directora Territorial del Instituto Extremeño-Castilla la Mancha de Altas Capacidades
- ♦ Creación de Contenidos Educativos INTEF en el Ministerio de Educación y Ciencia
- ♦ Grado de Educación Primaria Mención en Inglés
- ♦ Psicopedagoga por la Universidad Internacional de Valencia
- ♦ Máster en Neuropsicología de las Altas Capacidades
- ♦ Máster en Inteligencia Emocional Especialista en *Practitioner* PNL

#### **D. Notario Pardo, Francisco**

- ♦ Mediador Familiar, Escolar y Perito Judicial Oficial
- ♦ Funcionario Supervisor del Departamento en Generalitat Valenciana
- ♦ Educador Social de Equipo de Intervención de Atención Primaria Básica de Servicios Sociales en el Ayuntamiento de Alcoy
- ♦ Perito Judicial Oficial en Juzgados de Familia y en Fiscalía de Menores
- ♦ Educador Social Interino en Generalitat Valenciana
- ♦ Técnico de Intervención en Acogimiento Familiar por la Asociación Centro Trama
- ♦ Coordinador del Centro de Intervención en Acogimiento Familiar en Alicante
- ♦ Director del Máster en Educación Inclusiva para Niños en Situación de Riesgo Social
- ♦ Licenciado en Pedagogía por la Universidad de Valencia
- ♦ Diplomado en Educación Social por la Universidad de Valencia
- ♦ Diploma en Intervención con Familias en Riesgo y en Menores con Conducta Antisocial por Universidad de Valencia
- ♦ Especialización en Intervención y Terapéutica en Necesidades Educativas Especiales y Necesidades Socioeducativas por el Colegio Oficial de Pedagogos y Psicopedagogos de la Comunidad Valenciana
- ♦ Perito Judicial Oficial por el Colegio Oficial de Pedagogos y Psicopedagogos de la Comunidad Valenciana
- ♦ Docente de Formación Profesional para el Empleo por el Centro Servef
- ♦ Certificado Universitario en Mediación Familiar y Escolar Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir
- ♦ Experto Universitario en Inclusión Social y Educación Inclusiva por la Universidad CEU Cardenal Herrera
- ♦ Experto en Intervención con Familias en Situación de Riesgo y Menores con Conducta Antisocial

#### **Dr. De la Serna, Juan Moisés**

- ♦ Psicólogo Independiente y Escritor experto en Neurociencias
- ♦ Escritor especialista en Psicología y Neurociencias
- ♦ Autor de la Cátedra Abierta de Psicología y Neurociencias
- ♦ Divulgador científico
- ♦ Doctor en Psicología
- ♦ Licenciado en Psicología. Universidad de Sevilla
- ♦ Máster en Neurociencias y Biología del Comportamiento. Universidad Pablo de Olavide, Sevilla
- ♦ Experto en Metodología Docente. Universidad de la Salle
- ♦ Especialista Universitario en Hipnosis Clínica, Hipnoterapia. Universidad Nacional de Educación a Distancia - U.N.E.D
- ♦ Diplomado en Graduado Social, Gestión de recursos humanos, Administración de personal. Universidad de Sevilla
- ♦ Experto en Dirección de Proyectos, Administración y gestión de empresas. Federación de Servicios U.G.T.
- ♦ Formador de Formadores. Colegio Oficial de Psicólogos de Andalucía



**D. Visconti Ibarra, Martín**

- ♦ Director General en Academia Europea Guadalajara
- ♦ Exdirector General en el Colegio Bilingüe Academia Europea
- ♦ Experto en Ciencias de la Educación, Inteligencia Emocional y Asesor
- ♦ Exasesor Científico del Parlamento de España
- ♦ Colaborador de la Fundación Juegaterapia
- ♦ Máster en Dirección y Gestión de Centros Educativos
- ♦ Máster Online en Dificultades de Aprendizaje y Procesos Cognitivos
- ♦ Grado en Educación Primaria

# 05

## Estructura y contenido

Los contenidos de esta especialización han sido desarrollados por diferentes profesores con una finalidad clara: conseguir que el alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en esta materia. El contenido de este Grand Master de Formación Permanente permitirá aprender todos los aspectos de las diferentes disciplinas implicadas en esta área. Un programa completísimo y muy bien estructurado que llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.







“

*Nuestro plan de estudios ha sido diseñado pensando en la eficacia docente para que aprendas más deprisa, de manera más eficiente y de forma más permanente”*

## Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 1.1. Globalización y Gobernanza
  - 1.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
  - 1.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
  - 1.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 1.2. Liderazgo
  - 1.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
  - 1.2.2. Liderazgo en las empresas
  - 1.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 1.3. *Cross Cultural Management*
  - 1.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
  - 1.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
  - 1.3.3. Gestión de la Diversidad
- 1.4. Desarrollo directivo y liderazgo
  - 1.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
  - 1.4.2. Concepto de Liderazgo
  - 1.4.3. Teorías del Liderazgo
  - 1.4.4. Estilos de Liderazgo
  - 1.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
  - 1.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 1.5. Ética empresarial
  - 1.5.1. Ética y Moral
  - 1.5.2. Ética Empresarial
  - 1.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 1.6. Sostenibilidad
  - 1.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
  - 1.6.2. Agenda 2030
  - 1.6.3. Las empresas sostenibles
- 1.7. Responsabilidad Social de la Empresa
  - 1.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
  - 1.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
  - 1.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

- 1.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
  - 1.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
  - 1.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
  - 1.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
  - 1.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 1.9. Multinacionales y derechos humanos
  - 1.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
  - 1.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
  - 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 1.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
  - 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
  - 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
  - 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

## Módulo 2. Dirección estratégica y *Management Directivo*

- 2.1. Análisis y diseño organizacional
  - 2.1.1. Marco Conceptual
  - 2.1.2. Factores clave en el diseño organizacional
  - 2.1.3. Modelos básicos de organizaciones
  - 2.1.4. Diseño organizacional: tipologías
- 2.2. Estrategia Corporativa
  - 2.2.1. Estrategia corporativa competitiva
  - 2.2.2. Estrategias de Crecimiento: tipologías
  - 2.2.3. Marco conceptual
- 2.3. Planificación y Formulación Estratégica
  - 2.3.1. Marco Conceptual
  - 2.3.2. Elementos de la Planificación Estratégica
  - 2.3.3. Formulación Estratégica: Proceso de la Planificación Estratégica
- 2.4. Pensamiento estratégico
  - 2.4.1. La empresa como un sistema
  - 2.4.2. Concepto de organización

- 2.5. Diagnóstico Financiero
  - 2.5.1. Concepto de Diagnóstico Financiero
  - 2.5.2. Etapas del Diagnóstico Financiero
  - 2.5.3. Métodos de Evaluación para el Diagnóstico Financiero
- 2.6. Planificación y Estrategia
  - 2.6.1. El Plan de una Estrategia
  - 2.6.2. Posicionamiento Estratégico
  - 2.6.3. La Estrategia en la Empresa
- 2.7. Modelos y Patrones Estratégicos
  - 2.7.1. Marco Conceptual
  - 2.7.2. Modelos Estratégicos
  - 2.7.3. Patrones Estratégicos: Las Cinco P's de la Estrategia
- 2.8. Estrategia Competitiva
  - 2.8.1. La Ventaja Competitiva
  - 2.8.2. Elección de una Estrategia Competitiva
  - 2.8.3. Estrategias según el Modelo del Reloj Estratégico
  - 2.8.4. Tipos de Estrategias según el ciclo de vida del sector industrial
- 2.9. Dirección Estratégica
  - 2.9.1. El concepto de Estrategia
  - 2.9.2. El proceso de dirección estratégica
  - 2.9.3. Enfoques de la dirección estratégica
- 2.10. Implementación de la Estrategia
  - 2.10.1. Sistemas de Indicadores y Enfoque por Procesos
  - 2.10.2. Mapa Estratégico
  - 2.10.3. Alineamiento Estratégico
- 2.11. *Management* Directivo
  - 2.11.1. Marco conceptual del *Management* Directivo
  - 2.11.2. *Management* Directivo. El Rol del Consejo de Administración y herramientas de gestión corporativas
- 2.12. Comunicación Estratégica
  - 2.12.1. Comunicación interpersonal
  - 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 2.12.3. La comunicación interna
  - 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

### Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- 3.1. Comportamiento Organizacional
  - 3.1.1. Comportamiento Organizacional. Marco Conceptual
  - 3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional
- 3.2. Las personas en las organizaciones
  - 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
  - 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
  - 3.2.3. Coaching y gestión de equipos
  - 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad
- 3.3. Dirección Estratégica de personas
  - 3.3.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
  - 3.3.2. Dirección estratégica de personas
- 3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada
  - 3.4.1. La importancia de RR.HH
  - 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
  - 3.4.3. Dirección estratégica de RR.HH
- 3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR.HH
  - 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
  - 3.5.2. El reclutamiento
  - 3.5.3. El proceso de selección
- 3.6. Gestión de recursos humanos por competencias
  - 3.6.1. Análisis del potencial
  - 3.6.2. Política de retribución
  - 3.6.3. Planes de carrera/sucesión
- 3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
  - 3.7.1. La gestión del rendimiento
  - 3.7.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 3.8. Gestión de la formación
  - 3.8.1. Las teorías del aprendizaje
  - 3.8.2. Detección y retención del talento
  - 3.8.3. Gamificación y la gestión del talento
  - 3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional

- 3.9. Gestión del talento
  - 3.9.1. Claves para la gestión positiva
  - 3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa
  - 3.9.3. Mapa del talento en la organización
  - 3.9.4. Coste y valor añadido
- 3.10. Innovación en gestión del talento y las personas
  - 3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico
  - 3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
  - 3.10.3. Fidelización y retención
  - 3.10.4. Proactividad e innovación
- 3.11. Motivación
  - 3.11.1. La naturaleza de la motivación
  - 3.11.2. La teoría de las expectativas
  - 3.11.3. Teorías de las necesidades
  - 3.11.4. Motivación y compensación económica
- 3.12. *Employer Branding*
  - 3.12.1. *Employer branding* en RR.HH
  - 3.12.2. Personal Branding para profesionales de RR.HH
- 3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño
  - 3.13.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
  - 3.13.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 3.14. Desarrollo competencial directivo
  - 3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?
  - 3.14.2. Elementos de las competencias
  - 3.14.3. Conocimiento
  - 3.14.4. Habilidades de dirección
  - 3.14.5. Actitudes y valores en los directivos
  - 3.14.6. Habilidades directivas
- 3.15. Gestión del tiempo
  - 3.15.1. Beneficios
  - 3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?
  - 3.15.3. Tiempo
  - 3.15.4. Las ilusiones del tiempo





- 3.15.5. Atención y memoria
- 3.15.6. Estado mental
- 3.15.7. Gestión del tiempo
- 3.15.8. Proactividad
- 3.15.9. Tener claro el objetivo
- 3.15.10. Orden
- 3.15.11. Planificación
- 3.16. Gestión del cambio
  - 3.16.1. Gestión del cambio
  - 3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
  - 3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 3.17. Negociación y gestión de conflictos
  - 3.17.1. Negociación
  - 3.17.2. Gestión de Conflictos
  - 3.17.3. Gestión de Crisis
- 3.18. Comunicación directiva
  - 3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
  - 3.18.2. Departamentos de Comunicación
  - 3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL
  - 3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos
  - 3.19.2. Prevención de riesgos laborales
- 3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento
  - 3.20.1. La productividad
  - 3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento
- 3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria
  - 3.21.1. Compensación monetaria vs. no monetaria
  - 3.21.2. Modelos de bandas salariales
  - 3.21.3. Modelos de compensación no monetaria
  - 3.21.4. Modelo de trabajo
  - 3.21.5. Comunidad corporativa
  - 3.21.6. Imagen de la empresa
  - 3.21.7. Salario emocional

- 3.22. Innovación en gestión del talento y las personas
  - 3.22.1. Innovación en las Organizaciones
  - 3.22.2. Nuevos retos del departamento de Recursos Humanos
  - 3.22.3. Gestión de la Innovación
  - 3.22.4. Herramientas para la Innovación
- 3.23. Gestión del conocimiento y del talento
  - 3.23.1. Gestión del conocimiento y del talento
  - 3.23.2. Implementación de la gestión del conocimiento
- 3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital
  - 3.24.1. El contexto socioeconómico
  - 3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial
  - 3.24.3. Nuevas metodologías

#### Módulo 4. Dirección económico-financiera

- 4.1. Entorno Económico
  - 4.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
  - 4.1.2. Instituciones financieras
  - 4.1.3. Mercados financieros
  - 4.1.4. Activos financieros
  - 4.1.5. Otros entes del sector financiero
- 4.2. La financiación de la empresa
  - 4.2.1. Fuentes de financiación
  - 4.2.2. Tipos de costes de financiación
- 4.3. Contabilidad Directiva
  - 4.3.1. Conceptos básicos
  - 4.3.2. El Activo de la empresa
  - 4.3.3. El Pasivo de la empresa
  - 4.3.4. El Patrimonio Neto de la empresa
  - 4.3.5. La Cuenta de Resultados
- 4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes
  - 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
  - 4.4.2. El gasto en contabilidad general y en contabilidad de costes
  - 4.4.3. Clasificación de los costes
- 4.5. Sistemas de información y Business Intelligence
  - 4.5.1. Fundamentos y clasificación
  - 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
  - 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto
- 4.6. Presupuesto y Control de Gestión
  - 4.6.1. El modelo presupuestario
  - 4.6.2. El Presupuesto de Capital
  - 4.6.3. La Presupuesto de Explotación
  - 4.6.4. El Presupuesto de Tesorería
  - 4.6.5. Seguimiento del Presupuesto
- 4.7. Gestión de tesorería
  - 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
  - 4.7.2. Cálculo de Necesidades Operativas de Fondos
  - 4.7.3. *Credit Management*
- 4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas
  - 4.8.1. Conceptos tributarios básicos
  - 4.8.2. El impuesto de sociedades
  - 4.8.3. El impuesto sobre el valor añadido
  - 4.8.4. Otros impuestos relacionados con la actividad mercantil
  - 4.8.5. La empresa como facilitador de la labor del Estado
- 4.9. Sistemas de control de las empresas
  - 4.9.1. Análisis de los estados financieros
  - 4.9.2. El Balance de la empresa
  - 4.9.3. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias
  - 4.9.4. El Estado de Flujos de Efectivo
  - 4.9.5. Análisis de Ratios
- 4.10. Dirección Financiera
  - 4.10.1. Las decisiones financieras de la empresa
  - 4.10.2. El departamento financiero
  - 4.10.3. Excedentes de tesorería
  - 4.10.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
  - 4.10.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

- 4.11. Planificación Financiera
  - 4.11.1. Definición de la planificación financiera
  - 4.11.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
  - 4.11.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
  - 4.11.4. El cuadro *Cash Flow*
  - 4.11.5. El cuadro de circulante
- 4.12. Estrategia Financiera Corporativa
  - 4.12.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
  - 4.12.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 4.13. Contexto Macroeconómico
  - 4.13.1. Contexto macroeconómico
  - 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
  - 4.13.3. Mecanismos para el control de magnitudes macroeconómicas
  - 4.13.4. Los ciclos económicos
- 4.14. Financiación Estratégica
  - 4.14.1. La autofinanciación
  - 4.14.2. Ampliación de fondos propios
  - 4.14.3. Recursos Híbridos
  - 4.14.4. Financiación a través de intermediarios
- 4.15. Mercados monetarios y de capitales
  - 4.15.1. El Mercado Monetario
  - 4.15.2. El Mercado de Renta Fija
  - 4.15.3. El Mercado de Renta Variable
  - 4.15.4. El Mercado de Divisas
  - 4.15.5. El Mercado de Derivados
- 4.16. Análisis y planificación financiera
  - 4.16.1. Análisis del Balance de Situación
  - 4.16.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
  - 4.16.3. Análisis de la Rentabilidad
- 4.17. Análisis y resolución de casos/problemas
  - 4.17.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

## Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- 5.1. Dirección y Gestión de Operaciones
  - 5.1.1. La función de las operaciones
  - 5.1.2. El impacto de las operaciones en la gestión de las empresas
  - 5.1.3. Introducción a la estrategia de Operaciones
- 5.2. Organización industrial y logística
  - 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
- 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO ...)
  - 5.3.1. Sistema de producción
  - 5.3.2. Estrategia de producción
  - 5.3.3. Sistema de gestión de inventario
  - 5.3.4. Indicadores de producción
- 5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento
  - 5.4.1. Función del aprovisionamiento
  - 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
  - 5.4.3. Tipos de compras
  - 5.4.4. Gestión de compras de una empresa de forma eficiente
  - 5.4.5. Etapas del proceso de decisión de la compra
- 5.5. Control económico de compras
  - 5.5.1. Influencia económica de las compras
  - 5.5.2. Centro de costes
  - 5.5.3. Presupuestación
  - 5.5.4. Presupuestación vs gasto real
  - 5.5.5. Herramientas de control presupuestario
- 5.6. Control de las operaciones de almacén
  - 5.6.1. Control de inventario
  - 5.6.2. Sistema de ubicación
  - 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
  - 5.6.4. Sistema de almacenamiento

- 5.7. Gestión estratégica de compras
  - 5.7.1. Estrategia empresarial
  - 5.7.2. Planeación estratégica
  - 5.7.3. Estrategia de compras
- 5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)
  - 5.8.1. Cadena de suministro
  - 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena suministro
  - 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro
- 5.9. *Supply Chain Management*
  - 5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)
  - 5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
  - 5.9.3. Patrones de Demanda
  - 5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio
- 5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
  - 5.10.1. Interacción de la cadena de suministro
  - 5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes
  - 5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro
  - 5.10.4. Cadena de suministro 4.0
- 5.11. Costes de la logística
  - 5.11.1. Costes logísticos
  - 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
  - 5.11.3. Optimización de costes logísticos
- 5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS
  - 5.12.1. Cadena logística
  - 5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
  - 5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
- 5.13. Gestión de procesos
  - 5.13.1. La gestión de procesos
  - 5.13.2. Enfoque basado en procesos: mapa de procesos
  - 5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos
- 5.14. Distribución y logística de transportes
  - 5.14.1. Distribución en la cadena de suministro
  - 5.14.2. Logística de Transportes
  - 5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la Logística

- 5.15. Logística y clientes
  - 5.15.1. Análisis de Demanda
  - 5.15.2. Previsión de Demanda y Ventas
  - 5.15.3. Planificación de Ventas y Operaciones
  - 5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)
- 5.16. Logística internacional
  - 5.16.1. Procesos de exportación e importación
  - 5.16.2. Aduanas
  - 5.16.3. Formas y Medios de Pago Internacionales
  - 5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional
- 5.17. *Outsourcing* de operaciones
  - 5.17.1. Gestión de operaciones y *Outsourcing*
  - 5.17.2. Implantación del outsourcing en entornos logísticos
- 5.18. Competitividad en operaciones
  - 5.18.1. Gestión de Operaciones
  - 5.18.2. Competitividad operacional
  - 5.18.3. Estrategia de Operaciones y ventajas competitivas
- 5.19. Gestión de la calidad
  - 5.19.1. Cliente interno y cliente externo
  - 5.19.2. Los costes de calidad
  - 5.19.3. La mejora continua y la filosofía de *Deming*

## Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- 6.1. Entornos tecnológicos
  - 6.1.1. Tecnología y globalización
  - 6.1.2. Entorno económico y tecnología
  - 6.1.3. Entorno tecnológico y su impacto en las empresas
- 6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
  - 6.2.1. Evolución del modelo de IT
  - 6.2.2. Organización y departamento IT
  - 6.2.3. Tecnologías de las información y entorno económico



- 6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
  - 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
  - 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
  - 6.3.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital
- 6.4. Dirección de Sistemas de Información
  - 6.4.1. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
  - 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
  - 6.4.3. Directivos expertos en sistemas de información: roles y funciones
- 6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información
  - 6.5.1. Planificación estratégica de Sistemas de Información
  - 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
  - 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
  - 6.6.1. *Business intelligence*
  - 6.6.2. *Data Warehouse*
  - 6.6.3. BSC o Cuadro de mando Integral
- 6.7. Explorando la información
  - 6.7.1. SQL: bases de datos relacionales. Conceptos básicos
  - 6.7.2. Redes y comunicaciones
  - 6.7.3. Sistema operacional: modelos de datos normalizados
  - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
  - 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes
- 6.8. *Business Intelligence* empresarial
  - 6.8.1. El mundo del dato
  - 6.8.2. Conceptos relevantes
  - 6.8.3. Principales características
  - 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
  - 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
  - 6.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science
- 6.9. Nuevo concepto empresarial
  - 6.9.1. ¿Por qué BI?
  - 6.9.2. Obtención de la información
  - 6.9.3. Obtención de la información
  - 6.9.4. Razones para invertir en BI
- 6.10. Herramientas y soluciones BI
  - 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
  - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
  - 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
  - 6.10.4. Prometheus
- 6.11. Planificación y dirección Proyecto BI
  - 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
  - 6.11.2. Solución BI para la empresa
  - 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos
- 6.12. Aplicaciones de gestión corporativa
  - 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
  - 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
  - 6.12.3. *Sistemas Enterprise Resource Planning* o ERP
- 6.13. Transformación Digital
  - 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
  - 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
  - 6.13.3. Transformación digital en las empresas
- 6.14. Tecnologías y tendencias
  - 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
  - 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
  - 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
  - 6.15.2. Outsourcing de TI y su impacto en los negocios
  - 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de outsourcing de TI

## Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- 7.1. Dirección comercial
  - 7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
  - 7.1.2. Estrategia y planificación comercial
  - 7.1.3. El rol de los directores comerciales
- 7.2. Marketing
  - 7.2.1. Concepto de Marketing
  - 7.2.2. Elementos básicos del marketing
  - 7.2.3. Actividades de marketing de la empresa
- 7.3. Gestión Estratégica del Marketing
  - 7.3.1. Concepto de Marketing estratégico
  - 7.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
  - 7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 7.4. Marketing digital y comercio electrónico
  - 7.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
  - 7.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
  - 7.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
  - 7.4.4. Categorías del comercio electrónico
  - 7.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional
- 7.5. *Managing digital business*
  - 7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
  - 7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing Digital
  - 7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing Digital
- 7.6. Marketing digital para reforzar la marca
  - 7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
  - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Estrategia de Marketing Digital
  - 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing Digital
  - 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing Digital
- 7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
  - 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
  - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
  - 7.8.3. Hipersegmentación
- 7.9. Gestión de campañas digitales
  - 7.9.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
  - 7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
  - 7.9.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 7.10. Plan de marketing online
  - 7.10.1. ¿Qué es un plan de Marketing Online?
  - 7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing Online
  - 7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing Online
- 7.11. *Blended marketing*
  - 7.11.1. ¿Qué es el *Blended Marketing*?
  - 7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline
  - 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de *Blended Marketing*
  - 7.11.4. Características de una estrategia de *Blended Marketing*
  - 7.11.5. Recomendaciones en *Blended Marketing*
  - 7.11.6. Beneficios del *Blended Marketing*
- 7.12. Estrategia de ventas
  - 7.12.1. Estrategia de ventas
  - 7.12.2. Métodos de ventas
- 7.13. Comunicación Corporativa
  - 7.13.1. Concepto
  - 7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización
  - 7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización
  - 7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización
  - 7.13.5. Elementos de la comunicación
  - 7.13.6. Problemas de la comunicación
  - 7.13.7. Escenarios de la comunicación

- 7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa
  - 7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RR.HH
  - 7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
  - 7.14.3. El plan de comunicación interna
- 7.15. Comunicación y reputación digital
  - 7.15.1. Reputación online
  - 7.15.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
  - 7.15.3. Herramientas de reputación online
  - 7.15.4. Informe de reputación online
  - 7.15.5. *Branding* online

## Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 8.1. Investigación de Mercados
  - 8.1.1. Investigación de mercados: origen histórico
  - 8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados
  - 8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados
- 8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
  - 8.2.1. Tamaño muestral
  - 8.2.2. Muestreo
  - 8.2.3. Tipos de Técnicas Cuantitativas
- 8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
  - 8.3.1. Tipos de Investigación Cualitativa
  - 8.3.2. Técnicas de Investigación Cualitativa
- 8.4. Segmentación de mercados
  - 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
  - 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
  - 8.4.3. Segmentación de mercados de consumo
  - 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
  - 8.4.5. Estrategias de segmentación
  - 8.4.6. La segmentación con base a criterios del marketing-mix
  - 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado

- 8.5. Gestión de proyectos de investigación
  - 8.5.1. La Investigación de Mercados como un proceso
  - 8.5.2. Etapas de Planificación en la Investigación de Mercados
  - 8.5.3. Etapas de Ejecución en la Investigación de Mercados
  - 8.5.4. Gestión de un Proyecto de Investigación
- 8.6. La investigación de mercados internacionales
  - 8.6.1. Investigación de Mercados Internacionales
  - 8.6.2. Proceso de la Investigación de Mercados Internacionales
  - 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las Investigaciones de Mercado Internacionales
- 8.7. Los estudios de viabilidad
  - 8.7.1. Concepto y utilidad
  - 8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad
  - 8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad
- 8.8. Publicidad
  - 8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
  - 8.8.2. Marco conceptual de la Publicidad; principios, concepto de briefing y posicionamiento
  - 8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la publicidad
  - 8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios
  - 8.8.5. Tendencias y retos de la publicidad
- 8.9. Desarrollo del plan de Marketing
  - 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
  - 8.9.2. Análisis y Diagnostico de la Situación
  - 8.9.3. Decisiones Estratégicas de Marketing
  - 8.9.4. Decisiones Operativas de Marketing
- 8.10. Estrategias de promoción y *Merchandising*
  - 8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada
  - 8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria
  - 8.10.3. El *Merchandising* como técnica de Comunicación
- 8.11. Planificación de medios
  - 8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios
  - 8.11.2. Medios de comunicación
  - 8.11.3. Plan de medios

- 8.12. Fundamentos de la dirección comercial
  - 8.12.1. La función de la Dirección Comercial
  - 8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
  - 8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
  - 8.12.4. Principales estrategias competitivas
- 8.13. Negociación comercial
  - 8.13.1. Negociación comercial
  - 8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
  - 8.13.3. Principales métodos de negociación
  - 8.13.4. El proceso negociador
- 8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
  - 8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
  - 8.14.2. Modelos de toma de decisiones
  - 8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
  - 8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones
- 8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
  - 8.15.1. Sales Management. Dirección de ventas
  - 8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial
  - 8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores
  - 8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
  - 8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información
- 8.16. Implementación de la función comercial
  - 8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
  - 8.16.2. Control de la actividad comercial
  - 8.16.3. El código deontológico del personal comercial
  - 8.16.4. Cumplimiento normativo
  - 8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas
- 8.17. Gestión de cuentas clave
  - 8.17.1. Concepto de la Gestión de Cuentas Clave
  - 8.17.2. El *Key Account Manager*
  - 8.17.3. Estrategia de la Gestión de Cuentas Clave

- 8.18. Gestión financiera y presupuestaria
  - 8.18.1. El umbral de rentabilidad
  - 8.18.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
  - 8.18.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
  - 8.18.4. Gestión del ciclo, rotaciones, rentabilidad y liquidez
  - 8.18.5. Cuenta de resultados

## Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- 9.1. Innovación
  - 9.1.1. Introducción a la innovación
  - 9.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
  - 9.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial
- 9.2. Estrategia de Innovación
  - 9.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
  - 9.2.2. Estrategia de innovación
- 9.3. *Project Management* para *Startups*
  - 9.3.1. Concepto de *startup*
  - 9.3.2. Filosofía *Lean Startup*
  - 9.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
  - 9.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*
- 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
  - 9.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
  - 9.4.2. Diseño validación de modelos de negocio
- 9.5. Dirección y Gestión de Proyectos
  - 9.5.1. Dirección y Gestión de proyectos: identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
  - 9.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación
- 9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación
  - 9.6.1. Concepto de Gestión del Cambio
  - 9.6.2. El Proceso de Gestión del Cambio
  - 9.6.3. La implementación del cambio

- 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
  - 9.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
  - 9.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
  - 9.7.3. Tendencias emergentes
  - 9.7.4. Adaptaciones al equipo
- 9.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
  - 9.7.6. Gestionar las comunicaciones
  - 9.7.7. Monitorear las comunicaciones
- 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
  - 9.8.1. Metodologías innovadoras
  - 9.8.2. Principios básicos del Scrum
  - 9.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del Scrum y las metodologías tradicionales
- 9.9. Creación de una *startup*
  - 9.9.1. Creación de una *startup*
  - 9.9.2. Organización y cultura
  - 9.9.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
  - 9.9.4. Aspectos legales
- 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos
  - 9.10.1. Planificar riesgos
  - 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
  - 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
  - 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

## Módulo 10. *Management Directivo*

- 10.1. General *Management*
  - 10.1.1. Concepto de General *Management*
  - 10.1.2. La acción del Manager General
  - 10.1.3. El Director General y sus funciones
  - 10.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 10.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
  - 10.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

- 10.3. Dirección de operaciones
  - 10.3.1. Importancia de la dirección
  - 10.3.2. La cadena de valor
  - 10.3.3. Gestión de calidad
- 10.4. Oratoria y formación de portavoces
  - 10.4.1. Comunicación interpersonal
  - 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 10.4.3. Barreras en la comunicación
- 10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
  - 10.5.1. La comunicación interpersonal
  - 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
  - 10.5.3. La comunicación en la organización
  - 10.5.4. Herramientas en la organización
- 10.6. Comunicación en situaciones de crisis
  - 10.6.1. Crisis
  - 10.6.2. Fases de la crisis
  - 10.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 10.7. Preparación de un plan de crisis
  - 10.7.1. Análisis de posibles problemas
  - 10.7.2. Planificación
  - 10.7.3. Adecuación del personal
- 10.8. Inteligencia emocional
  - 10.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 10.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 10.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 10.9. Branding Personal
  - 10.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
  - 10.9.2. Leyes del branding personal
  - 10.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 10.10. Liderazgo y gestión de equipos
  - 10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 10.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
  - 10.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
  - 10.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

### Módulo 11. El liderazgo educativo y las habilidades directiva

- 11.1. Definición, evolución y enfoques sobre el liderazgo
- 11.2. El rol del director como líder educativo y autoridad
- 11.3. Habilidades directivas: definición y tipos de habilidades. Qué son las habilidades directivas
- 11.4. Técnicas para el desarrollo de habilidades directivas
- 11.5. Inteligencia emocional, liderazgo y habilidades directivas
- 11.6. Psicología del liderazgo y las habilidades directivas
- 11.7. La importancia de la actitud en el director como líder
- 11.8. La estructura de poder en un centro educativo
- 11.9. La cultura institucional

### Módulo 12. Organización y gestión estratégica de las instituciones educativas

- 12.1. El centro docente como organización: función directiva y documentación institucional
- 12.2. Gestión del centro por proyectos
- 12.3. La creación de valor en los centros educativo
- 12.4. Funciones y responsabilidades de la dirección y del equipo directivo
- 12.5. Organización Interna (1): órganos de gobierno
- 12.6. Organización Interna (2): órganos de coordinación
- 12.7. Organización Interna (3): órganos de participación
- 12.8. Gestión del centro como organización educativa: modelos curriculares, formación docente, innovación educativa, trabajo en redes
- 12.9. Evaluación de la práctica docente

### Módulo 13. Dirección y gestión de recursos administrativos y económicos

- 13.1. Proceso administrativo aplicado al centro educativo. Planeación y Organización
- 13.2. Proceso administrativo aplicado al centro educativo. Dirección y Control
- 13.3. Dirección administrativa del centro educativo
- 13.4. Proceso administrativo aplicado a los factores económicos. Planeación y Organización
- 13.5. Proceso administrativo aplicado a los factores económicos. Dirección y Control
- 13.6. La importancia del presupuesto
- 13.7. La importancia de las inversiones
- 13.8. La importancia de la promoción
- 13.9. La dirección de los recursos humanos
- 13.10. La transparencia en la dirección administrativa

### Módulo 14. Dirección y gestión de recursos humanos. Comunicación interpersonal

- 14.1. Organización y gestión de RR.HH
- 14.2. La dirección del centro educativo
- 14.3. El equipo directivo intermedio
- 14.4. Los Recursos humanos docentes
- 14.5. Los procesos de selección de personal docente
- 14.6. La formación del profesorado
- 14.7. Los Recursos Humanos no docentes
- 14.8. Los procesos de selección de personal no docente
- 14.9. Los modelos de contratación
- 14.10. Fundamentos básicos sobre la seguridad en el trabajo

### Módulo 15. Marco normativo y estrategias de aplicación en centros educativos

- 15.1. Los documentos institucionales de un centro
- 15.2. Justificación teórico-práctica de su diseño
- 15.3. Normativa de aplicación y regulación de los documentos institucionales
- 15.4. Estructura de cada uno de los documentos institucionales
- 15.5. Estrategias de aplicación y diseño
- 15.6. Difusión de cada uno de los documentos. Técnicas y procedimientos
- 15.7. Valoración y seguimiento de cada documento institucional
- 15.8. Detección de carencias y procedimientos de ajustes
- 15.9. Formación específica de los equipos directivos en relación con el diseño de los planes institucionales
- 15.10. Validez, carencia y calidad de los documentos

### Módulo 16. Innovación e investigación educativa. Análisis comparado de modelos educativos

- 16.1. Ventajas e inconvenientes del uso la tecnología en Educación
- 16.2. Neurotecnología Educativa
- 16.3. La Programación en Educación
- 16.4. Introducción a la *Flipped Classroom*
- 16.5. Introducción a la Gamificación

- 16.6. Introducción a la Robótica
- 16.7. Introducción a la Realidad Aumentada
- 16.8. Cómo desarrollar tus propias aplicaciones de RA
- 16.9. *Samsung Virtual School Suitcase*
- 16.10. Consejos y ejemplos de uso en el aula

### **Módulo 17. Gestión de la calidad. Evaluación de planes de mejora del centro. Diseño de planes de excelencia**

- 17.1. Naturaleza y evolución del concepto de calidad
- 17.2. Calidad en la educación: dimensiones y componentes
- 17.3. Primer nivel de actuación: Dirección del centro
- 17.4. Segundo nivel de actuación: realización del producto
- 17.5. Tercer nivel de actuación: DISEÑO Y DESARROLLO
- 17.6. Cuarto nivel de actuación: MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA
- 17.7. Sistemas de gestión de la calidad: Normas ISO 9000
- 17.8. Diseño de los planes de excelencia
- 17.9. Interpretación de los criterios de excelencia en centros educativos
- 17.10. Planes de acción para la mejora

### **Módulo 18. Marketing educativo, gestión comercial y promoción externa**

- 18.1. ¿Qué es la promoción?
- 18.2. ¿Qué es el *mix* de promoción?
- 18.3. La importancia de la ventaja competitiva en la promoción
- 18.4. El *mix* de mercadotecnia en el centro educativo
- 18.5. El cliente en el centro educativo
- 18.6. Elementos de *branding* para centros educativos
- 18.7. La marca en el centro educativo
- 18.8. El modelo Disney en el centro educativo
- 18.9. La campaña de promoción
- 18.10. Lo que ahora importa en el ámbito de mercadotecnia educativa

### **Módulo 19. Las TIC como herramienta de gestión y planificación**

- 19.1. Herramientas TIC en el centro
- 19.2. Comunicación
- 19.3. Correo electrónico
- 19.4. Generación de documentos
- 19.5. Herramientas de gestión de tareas
- 19.6. Calendario
- 19.7. Redes Sociales
- 19.8. Introducción y parametrización de Alexia
- 19.9. Permisos y gestión administrativa en Alexia
- 19.10. Alexia. Formación para docentes

### **Módulo 20. Trabajo en equipo, dinámicas de grupos y resolución de conflictos**

- 20.1. Las diferencias entre grupo y equipo de trabajo
- 20.2. Características de un equipo de alto rendimiento
- 20.3. El papel del líder en el funcionamiento eficaz del equipo
- 20.4. Los distintos roles del equipo y su correcta gestión
- 20.5. La motivación de los equipos de trabajo
- 20.6. Los valores como elemento de cohesión del equipo
- 20.7. La realización de dinámicas
- 20.8. Cómo recoger el aprendizaje de la dinámica. Puesta en común
- 20.9. La resolución de conflictos
- 20.10. Aplicación práctica. La creación de un equipo de trabajo de alto rendimiento

06

# Metodología de estudio

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

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





“

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

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



### Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

## Case studies o Método del caso

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

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

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



## Método Relearning

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

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

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

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



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



#### Material de estudio

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

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



#### Prácticas de habilidades y competencias

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



#### Resúmenes interactivos

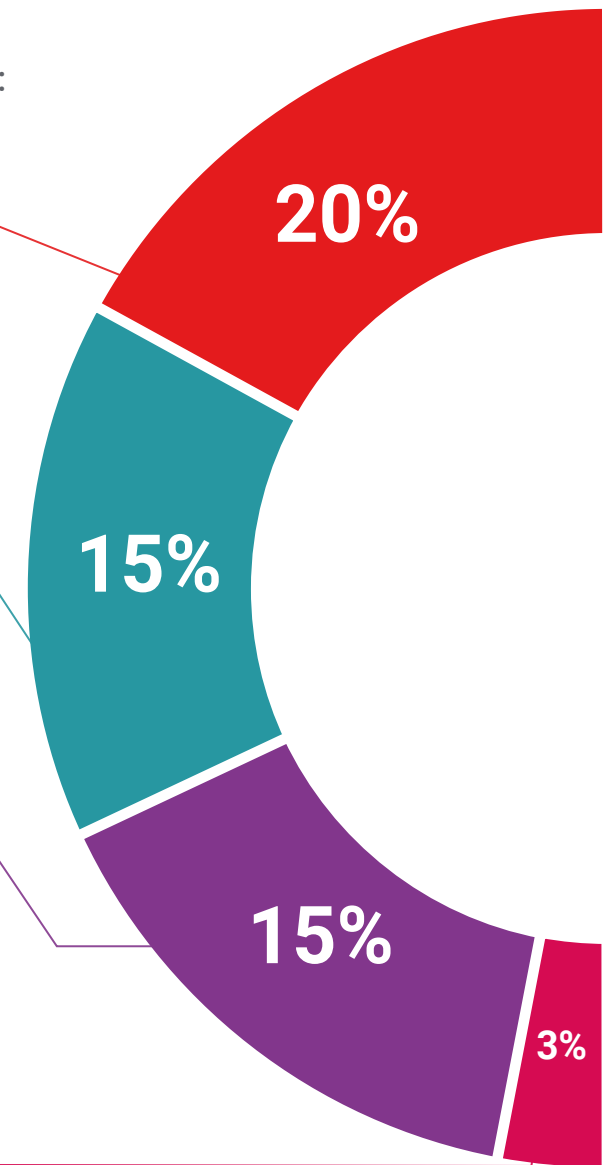
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



#### Lecturas complementarias

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







**Case Studies**

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



**Testing & Retesting**

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



**Clases magistrales**

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



**Guías rápidas de actuación**

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



07

# Titulación

Este programa en Alta Dirección en Centros Educativos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master 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 **Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección en Centros Educativos** 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.

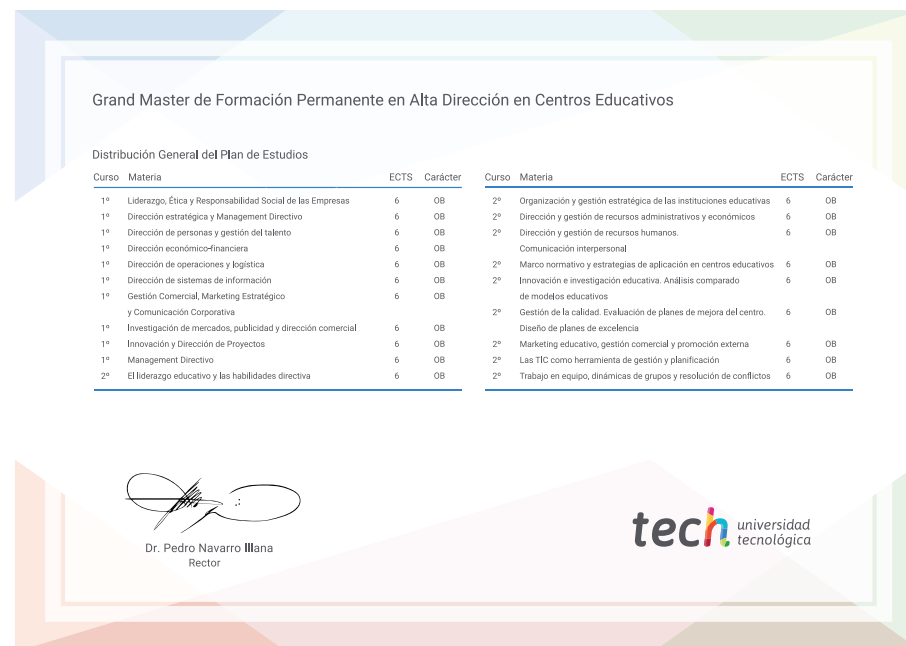
Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: **Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección en Centros Educativos**

Modalidad: **online**

Duración: **15 meses**

Acreditación: **120 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.



## Grand Master de Formación Permanente

Alta Dirección en  
Centros Educativos

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

# Grand Master de Formación Permanente Alta Dirección en Centros Educativos