

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Centros Educativos



Máster Título Propio

MBA en Dirección de Centros Educativos

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/educacion/master/master-mba-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. 38

06

Metodología

pág. 46

07

Titulación

pág. 54

01

Presentación

El MBA en Dirección de Centros Educativos está orientado a la capacitación profesional de titulados universitarios que deseen adquirir las competencias necesarias para la dirección y gestión de centros educativos. trabajo en equipo, liderazgo, comunicación e innovación son las principales competencias que el alumno habrá adquirido a la finalización del máster. La globalización, multiculturalidad, la diversidad, las situaciones complejas a las que el docente tiene que hacer frente en el aula justifican la capacitación especializada en recursos y herramientas para la resolución pacífica y dialogada de los conflictos que se puedan presentar en el centro educativo en todos los contextos: familiar, social y educativo.



“

Este programa, MBA en Dirección de Centros Educativos, generará una sensación de seguridad en el desempeño de tu profesión, que te ayudará a crecer personal y profesionalmente”

Asimismo, el MBA en Dirección de Centros Educativos, se destaca por los conocimientos que se obtendrán con el objetivo de perfeccionar el ambiente de aprendizaje y la convivencia general de todas las personas, permitiendo comprender y mejorar el estado emocional, la autoestima, la motivación, la adaptabilidad, la perseverancia, la empatía, la toma de decisiones, el retardo de la gratificación, la cooperación, el trabajo en equipo, la prevención y la gestión de conflictos.

Esta especialización, hace que los profesionales de este campo aumenten su capacidad de éxito, lo que revierte, en una mejor praxis y actuación, que repercutirá directamente en el tratamiento educativo, en la mejora del sistema educativo y en el beneficio social para toda la comunidad.

El MBA en Dirección de Centros Educativos, permitirá a los alumnos universitarios

- ♦ Adquirir una capacitación especializada en Dirección de centros e instituciones educativas
- ♦ Supervisar, inspeccionar y asesorar a la comunidad educativa sobre el Plan de Gestión de centro
- ♦ Coordinar los distintos departamentos de un centro educativo
- ♦ Liderar un Plan de Innovación Educativa, Plan de Mejora y Plan de Convivencia

Esta actualización hace que los profesionales de este campo aumenten su capacidad de éxito, lo que revierte, en una mejor praxis y actuación que repercutirá directamente en el tratamiento educativo, en la mejora del sistema educativo y en el beneficio social para toda la comunidad.

Este **MBA en Dirección de Centros Educativos**, contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas son:

- ♦ Desarrollo de más de 75 casos prácticos, presentados por expertos en dirección de centros educativos
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos, con los que están concebidos, recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Novedades sobre dirección de centros educativos
- ♦ Contiene ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación, para mejorar el aprendizaje
- ♦ Con especial hincapié en metodologías innovadoras en dirección de centros educativos
- ♦ Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo, fijo o portátil, con conexión a internet



Actualiza tus conocimientos, a través del programa de MBA en Dirección de Centros Educativos”

“

Este MBA Dirección de Centros Educativos, puede ser la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de actualización por dos motivos: además de poner al día tus conocimientos en Dirección de Centros Educativos, obtendrás un título de por TECH Universidad Tecnológica”

Incluye, en su cuadro docente, profesionales pertenecientes al ámbito de la dirección de centros educativos, que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además, reconocidos especialistas pertenecientes a sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual, el gestor educativo deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del programa. Para ello, el gestor educativo contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, realizado por reconocidos expertos en el campo de la dirección de centros educativos y con gran experiencia docente.

Aumenta tu seguridad en la toma de decisiones, actualizando tus conocimientos a través de este MBA en Dirección de Centros Educativos.

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en MBA en Dirección de Centros Educativos, y mejorar la capacitación de tus alumnos.



02

Objetivos

El MBA en Dirección de Centros Educativos, pretende ampliar la capacitación de los profesionales de la enseñanza, que desean prepararse para convertirse en directores de instituciones educativas públicas, privadas o concertadas.



“

Este MBA está orientado para que consigas actualizar tus conocimientos en Dirección de Centros Educativos, con el empleo de la última tecnología educativa, para contribuir con calidad y seguridad a la toma de decisiones como gestor de centros educativos”



Objetivos generales

- ♦ 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 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





Objetivos específicos

Módulo 1. 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 2. 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 3. 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 4. 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 5. 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 6. 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 7. 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 8. 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 9. 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 10. 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

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

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



- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal y oratoria para la formación de portafolios

Módulo 12. Dirección Económico-Financiera

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

Módulo 13. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

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

Módulo 14. Management Directivo

- ♦ Definir el concepto de General Management y su relevancia en la dirección de empresas
- ♦ Evaluar las funciones y responsabilidades del directivo en la cultura organizacional
- ♦ Analizar la importancia de la dirección de operaciones y la gestión de la calidad en la cadena de valor

03

Competencias

Con el MBA en Dirección de Centros Educativos, adquirirás las competencias necesarias para ejercer como responsable de colegios, escuelas, institutos y demás centros educativos. Aprenderás a planificar, impulsar y evaluar medidas acertadas que mejoren la comunidad escolar.



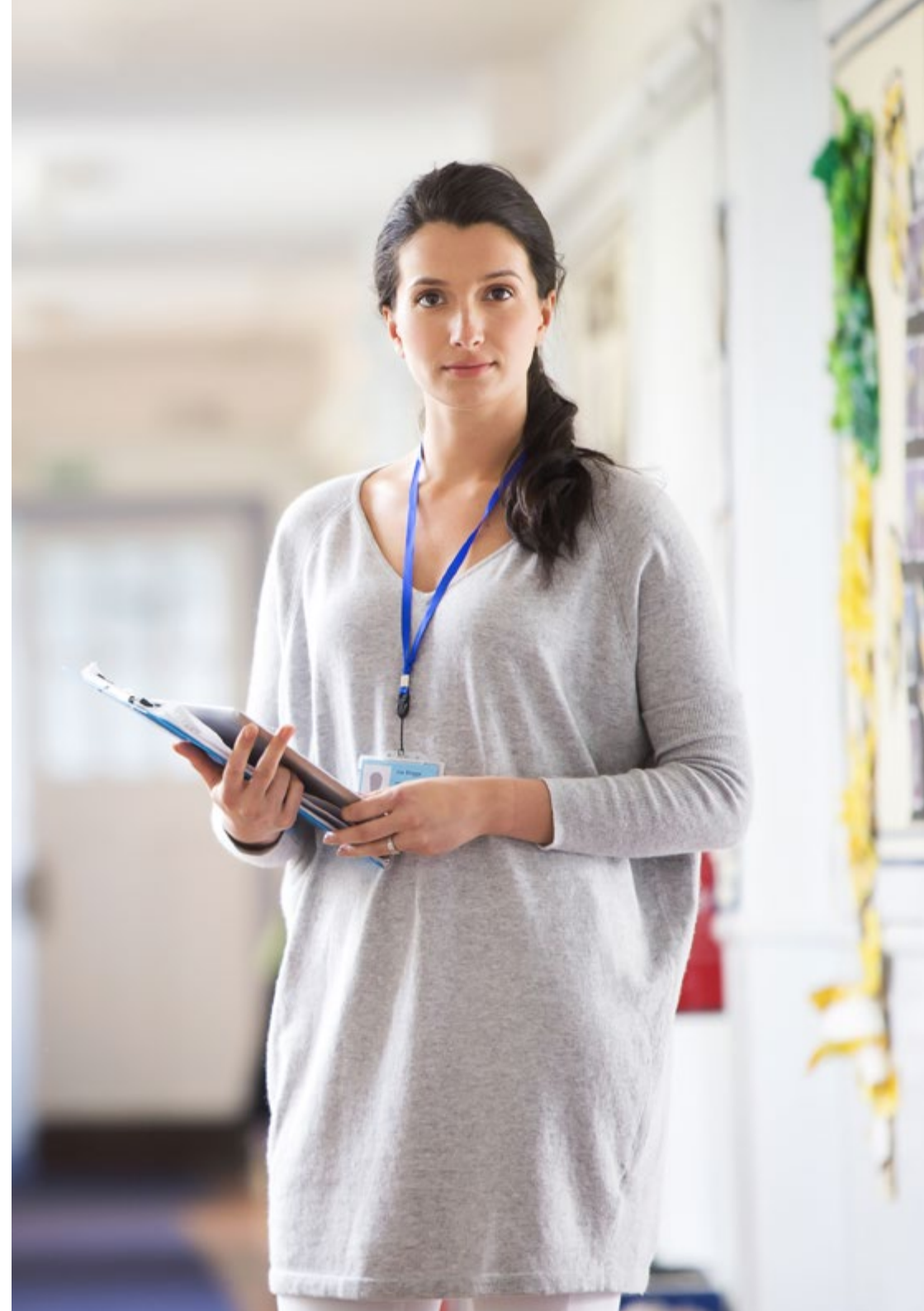


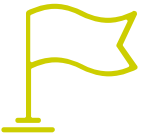
Con este programa serás capaz de dominar nuevas metodologías y estrategias en MBA en Dirección de Centros Educativos”



Competencias generales

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios sobre los procesos de dirección 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 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 capacitación continua o *Lifelong 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
- ♦ Ser capaz de entender la escuela como institución y como organización
- ♦ Entender la escuela como organización que aprende
- ♦ Ser capaz de hacer entender al conjunto de docentes el trabajo cooperativo, como herramienta para el aprendizaje y para la preparación para el mundo laboral
- ♦ Ser capaz de liderar un Plan de Innovación educativa en el centro educativo
- ♦ Ser capaz de transmitir al conjunto de la comunidad educativa, incluidos familias, la atención a la diversidad y la educación Inclusiva como filosofía compartida del centro
- ♦ Ser capaz de liderar un Plan de Convivencia
- ♦ Entender la resolución pacífica de los conflictos a través del diálogo
- ♦ Animar al equipo docente a incluir las TICS 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 de Centros Educativos
- ♦ Analizar y contrastar las competencias, funciones y tareas propias de la Dirección 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 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

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros profesionales de reconocido prestigio que completan el programa de un modo interdisciplinar. Una oportunidad única para el alumno de especializarse en un sector con alta demanda de profesionales, de la mano de expertos con años de experiencia en la materia.





“

Aprende todos los aspectos de la dirección y la gestión educativas desde la experiencia de profesionales expertos en esa área de trabajo”

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Nyquist, Eric

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

“

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

Dirección



Dr. Borrás Sanchís, Salvador

- ♦ Orientador educativo en Generalitat Valenciana, Consejería de Educación
- ♦ Psicólogo, maestro y logopeda
- ♦ Director pedagógico en Instituto DEIAP.
- ♦ Licenciado en Psicología
- ♦ Maestro de Audición y Lenguaje
- ♦ Diplomado en Logopedia
- ♦ Orientador educativo en Consejería de Educación, Generalitat Valenciana
- ♦ Asesor pedagógico y colaborador externo de Aula Salud

Profesores

Dr. Arroyo Fernández, Alejandro

- ♦ Doctorando en 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
- ♦ Colaborador en revistas digitales de crítica literaria y docente de español para extranjeros

Dña. Azcunaga Hernández, Amaia

- ♦ Profesora de lenguas extranjeras con experiencia docente en varios países y ámbitos educativos
- ♦ Máster en Didáctica del Español como Lengua Extranjera
- ♦ Especialista en dinámicas de grupo aplicadas a la enseñanza

D. Notario Pardo, Francisco

- ♦ Licenciado en Pedagogía y Diplomado en Educación Social
- ♦ Experto en "Intervención con familias en situación de riesgo y menores con conducta antisocial"
- ♦ Experto en "Educación Social y Animación sociocultural"
- ♦ Mediador Familiar y Escolar, y Perito Judicial Oficial
- ♦ Desarrolla su profesión desde el año 2004 como Educador y Director de Centros de Acogida, así como Técnico y Coordinador del Centro de Intervención en Acogimiento Familiar de Alicante. En la actualidad ejerce como Educador en una Unidad de Trabajo Social de Base
- ♦ Imparte docencia (presencial y Teleformación) y elabora contenidos para diversas entidades y colegios profesionales
- ♦ Director del Máster Educación Inclusiva para Niños en situación de riesgo social

Dr. De la Serna, Juan Moisés

- ♦ Doctor en Psicología y Máster en Neurociencias, y Biología del Comportamiento
- ♦ Autor de la Cátedra Abierta de Psicología y Neurociencias, y divulgador científico

Dña. Jiménez Romero, Yolanda

- ♦ Directora Territorial del Instituto Extremeño-Castilla la Mancha de Altas Capacidades
- ♦ Grado de Educación Primaria
- ♦ Máster en Neuropsicología de las Altas Capacidades
- ♦ Máster en Inteligencia Emocional. Especialista en PNL
- ♦ Asesora Pedagógica y Colaboradora Externa de Aula Salud

D Velasco Rico, Guillermo

- ♦ Licenciado en filología hispánica, Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en ELE, Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Profesor de español, Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Coordinador académico del Centro de Estudios Hispánicos de Sarajevo

Dr. 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

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales de los mejores centros educativos y universidades del territorio nacional, conscientes de la relevancia de la actualidad de la especialización innovadora, y comprometidos con la enseñanza de calidad mediante las nuevas tecnologías educativas.

El MBA en Dirección de Centros Educativos te capacitará en los ámbitos específicos del liderazgo, la dirección, la administración y la gestión de las instituciones educativas, de acuerdo a las nuevas exigencias del sistema educativo español y la legislación vigente.





“

Este MBA en Dirección de Centros Educativos, contiene el programa directivo más completo y actualizado del mercado”

Módulo 1. El liderazgo educativo y las habilidades directivas

- 1.1. Definición, evolución y enfoques sobre el liderazgo
- 1.2. El rol del director como líder educativo y autoridad
- 1.3. Habilidades directivas: definición y tipos de habilidades ¿Qué son las habilidades directivas?
- 1.4. Técnicas para el desarrollo de habilidades directivas
- 1.5. Inteligencia emocional, liderazgo y habilidades directivas
- 1.6. Psicología del liderazgo y las habilidades directiva
- 1.7. La importancia de la actitud en el director como líder
- 1.8. La estructura de poder en un centro educativo
- 1.9. La cultura institucional

Módulo 2. Organización y gestión estratégica de las instituciones educativas

- 2.1. El centro docente como organización: función directiva y documentación institucional
- 2.2. Gestión del centro por proyectos
- 2.3. La creación de valor en los centros educativos
- 2.4. Funciones y responsabilidades de la dirección y del equipo directivo
- 2.5. Organización interna (1): órganos de gobierno
- 2.6. Organización interna (2): órganos de coordinación
- 2.7. Organización interna (3): órganos de participación
- 2.8. Gestión del centro como organización educativa: modelos curriculares, formación docente, innovación educativa, trabajo en redes
- 2.9. Evaluación de la práctica docente

Módulo 3. Dirección y gestión de recursos administrativos y económicos

- 3.1. Proceso administrativo aplicado al centro educativo. Planeación y organización
- 3.2. Proceso administrativo aplicado al centro educativo. Dirección y control
- 3.3. Dirección administrativa del centro educativo
- 3.4. Proceso administrativo aplicado a los factores económicos. Planeación y organización
- 3.5. Proceso administrativo aplicado a los factores económicos. Dirección y control
- 3.6. La importancia del presupuesto
- 3.7. La importancia de las inversiones
- 3.8. La importancia de la promoción
- 3.9. La dirección de los recursos humanos
- 3.10. La transparencia en la dirección administrativa

Módulo 4. Dirección y gestión de recursos humanos. Comunicación interpersonal

- 4.1. Organización y gestión de RRHH
- 4.2. La dirección del centro educativo
- 4.3. El equipo directivo intermedio
- 4.4. Los recursos humanos docentes
- 4.5. Los procesos de selección de personal docente
- 4.6. La formación del profesorado
- 4.7. Los recursos humanos no docentes
- 4.8. Los procesos de selección de personal no docente
- 4.9. Los modelos de contratación
- 4.10. Fundamentos básicos sobre la seguridad en el trabajo

Módulo 5. Marco normativo y estrategias de aplicación en centros educativos

- 5.1. Los documentos institucionales de un centro
- 5.2. Justificación teórico-práctica de su diseño
- 5.3. Normativa de aplicación y regulación de los documentos institucionales
- 5.4. Estructura de cada uno de los documentos institucionales
- 5.5. Estrategias de aplicación y diseño
- 5.6. Difusión de cada uno de los documentos. Técnicas y procedimientos
- 5.7. Valoración y seguimiento de cada documento institucional
- 5.8. Detección de carencias y procedimientos de ajustes
- 5.9. Formación específica de los equipos directivos en relación con el diseño de los planes institucionales
- 5.10. Validez, carencia y calidad de los documentos

Módulo 6. Innovación e investigación educativa. Análisis comparado de modelos educativos

- 6.1. Ventajas e inconvenientes del uso la tecnología en educación
- 6.2. Neurotecnología educativa
- 6.3. La programación en educación
- 6.4. Introducción a la *Flipped Classroom*
- 6.5. Introducción a la gamificación
- 6.6. Introducción a la robótica



- 6.7. Introducción a la realidad aumentada
- 6.8. Cómo desarrollar tus propias aplicaciones de RA
- 6.9. Samsung virtual *School Suitcase*
- 6.10. Consejos y ejemplos de uso en el aula

Módulo 7. Gestión de la calidad. Evaluación de planes de mejora del centro. Diseño de planes de excelencia

- 7.1. Naturaleza y evolución del concepto de calidad
- 7.2. Calidad en la educación: dimensiones y componentes
- 7.3. Primer nivel de actuación: dirección del centro
- 7.4. Segundo nivel de actuación: realización del producto
- 7.5. Tercer nivel de actuación: diseño y desarrollo
- 7.6. Cuarto nivel de actuación: medición, análisis y mejora
- 7.7. Sistemas de gestión de la calidad: normas ISO 9000
- 7.8. Diseño de los planes de excelencia
- 7.9. Interpretación de los criterios de excelencia en centros educativos
- 7.10. Planes de acción para la mejora

Módulo 8. Marketing educativo, gestión comercial y promoción externa

- 8.1. ¿Qué es la promoción?
- 8.2. ¿Qué es el mix de promoción?
- 8.3. La importancia de la ventaja competitiva en la promoción
- 8.4. El mix de mercadotecnia en el centro educativo
- 8.5. El cliente en el centro educativo
- 8.6. Elementos de branding para centros educativos
- 8.7. La marca en el centro educativo
- 8.8. El modelo Disney en el centro educativo
- 8.9. La campaña de promoción
- 8.10. Lo que ahora importa en el ámbito de mercadotecnia educativa

Módulo 9. Las TIC como herramienta de gestión y planificación

- 9.1. Herramientas TIC en el centro
- 9.2. Comunicación
- 9.3. Correo electrónico
- 9.4. Generación de documentos
- 9.5. Herramientas de gestión de tareas
- 9.6. Calendario
- 9.7. Redes sociales
- 9.8. Introducción y parametrización de alexia
- 9.9. Permisos y gestión administrativa en alexia
- 9.10. Alexia. Formación para docentes

Módulo 10. Trabajo en equipo, dinámicas de grupos y resolución de conflictos

- 10.1. Las diferencias entre grupo y equipo de trabajo
- 10.2. Características de un equipo de alto rendimiento
- 10.3. El papel del líder en el funcionamiento eficaz del equipo
- 10.4. Los distintos roles del equipo y su correcta gestión
- 10.5. La motivación de los equipos de trabajo
- 10.6. Los valores como elemento de cohesión del equipo
- 10.7. La realización de dinámicas
- 10.8. ¿Cómo recoger el aprendizaje de la dinámica Puesta en común?
- 10.9. La resolución de conflictos
- 10.10. Aplicación práctica. La creación de un equipo de trabajo de alto rendimiento

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

- 11.1. Globalización y Gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concepto de Cross Cultural Management
 - 11.2.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.2.3. Gestión de la Diversidad
- 11.3. Ética empresarial
 - 11.3.1. Ética y Moral
 - 11.3.2. Ética Empresarial
 - 11.3.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.4. Sostenibilidad
 - 11.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.4.2. Agenda 2030
 - 11.4.3. Las empresas sostenibles
- 11.5. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.5.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
 - 11.5.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.5.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.6. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.7. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.8. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.8.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección Económico-Financiera

- 12.1. Entorno Económico
 - 12.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 12.1.2. Instituciones financieras
 - 12.1.3. Mercados financieros
 - 12.1.4. Activos financieros
 - 12.1.5. Otros entes del sector financiero
- 12.2. Contabilidad Directiva
 - 12.2.1. Conceptos básicos
 - 12.2.2. El Activo de la empresa
 - 12.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 12.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 12.2.5. La Cuenta de Resultados
- 12.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 12.3.1. Fundamentos y clasificación
 - 12.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 12.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 12.4. Presupuesto y Control de Gestión
 - 12.4.1. El modelo presupuestario
 - 12.4.2. El Presupuesto de Capital
 - 12.4.3. La Presupuesto de Explotación
 - 12.4.5. El Presupuesto de Tesorería
 - 12.4.6. Seguimiento del Presupuesto
- 12.5. Dirección Financiera
 - 12.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 12.5.2. El departamento financiero
 - 12.5.3. Excedentes de tesorería
 - 12.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 12.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

- 12.6. Planificación Financiera
 - 12.6.1. Definición de la planificación financiera
 - 12.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 12.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 12.6.4. El cuadro Cash Flow
 - 12.6.5. El cuadro de circulante
- 12.7. Estrategia Financiera Corporativa
 - 12.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 12.7.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 12.8. Financiación Estratégica
 - 12.8.1. La autofinanciación
 - 12.8.2. Ampliación de fondos propios
 - 12.8.3. Recursos Híbridos
 - 12.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 12.9. Análisis y planificación financiera
 - 12.9.1. Análisis del Balance de Situación
 - 12.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
 - 12.9.3. Análisis de la Rentabilidad
- 12.10. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 12.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 13. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- 13.1. Dirección comercial
 - 13.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
 - 13.1.2. Estrategia y planificación comercial
 - 13.1.3. El rol de los directores comerciales
- 13.2. Marketing
 - 13.2.1. Concepto de Marketing
 - 13.2.2. Elementos básicos del marketing
 - 13.2.3. Actividades de marketing de la empresa
- 13.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 13.3.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 13.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
 - 13.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

- 13.4. Marketing digital y comercio electrónico
 - 13.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
 - 13.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
 - 13.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
 - 13.4.4. Categorías del comercio electrónico
 - 13.4.5. Ventajas y desventajas del Ecommerce frente al comercio tradicional
- 13.5. Marketing digital para reforzar la marca
 - 13.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 13.5.2. Branded Content & Storytelling
- 13.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 13.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 13.6.2. Visitor Relationship Management
 - 13.6.3. Hipersegmentación
- 13.7. Gestión de campañas digitales
 - 13.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
 - 13.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
 - 13.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 13.8. Estrategia de ventas
 - 13.8.1. Estrategia de ventas
 - 13.8.2. Métodos de ventas
- 13.9. Comunicación Corporativa
 - 13.9.1. Concepto
 - 13.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 13.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 13.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 13.9.5. Elementos de la comunicación
 - 13.9.6. Problemas de la comunicación
 - 13.9.7. Escenarios de la comunicación
- 13.10. Comunicación y reputación digital
 - 13.10.1. Reputación online
 - 13.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
 - 13.10.3. Herramientas de reputación online
 - 13.10.4. Informe de reputación online
 - 13.10.5. Branding online

Módulo 14. *Management Directivo*

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Concepto de General Management
 - 14.1.2. La acción del Manager General
 - 14.1.3. El Director General y sus funciones
 - 14.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 14.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 14.3. Dirección de operaciones
 - 14.3.1. Importancia de la dirección
 - 14.3.2. La cadena de valor
 - 14.3.3. Gestión de calidad
- 14.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 14.4.1. Comunicación interpersonal
 - 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 14.4.3. Barreras en la comunicación
- 14.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 14.5.1. La comunicación interpersonal
 - 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 14.5.3. La comunicación en la organización
 - 14.5.4. Herramientas en la organización
- 14.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 14.6.1. Crisis
 - 14.6.2. Fases de la crisis
 - 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 14.7. Preparación de un plan de crisis
 - 14.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 14.7.2. Planificación
 - 14.7.3. Adecuación del personal
- 14.8. Inteligencia emocional
 - 14.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 14.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 14.8.3. Autoestima y comunicación emocional

- 14.9. *Branding Personal*
 - 14.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 14.9.2. Leyes del branding personal
 - 14.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 14.10. Liderazgo y gestión de equipos
 - 14.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 14.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
 - 14.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
 - 14.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

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



06

Metodología

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

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





“

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

En TECH Education School empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación concreta, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos simulados, basados en situaciones reales en los que deberá investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método.

Con TECH el educador, docente o maestro experimenta una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo.



Se trata de una técnica que desarrolla el espíritu crítico y prepara al educador para la toma de decisiones, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones.

“

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los educadores 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 educador una mejor integración del conocimiento a la práctica diaria.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la docencia real.
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.



Relearning Methodology

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

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



El educador aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de software de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.

Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología se han capacitado más de 85.000 educadores con un éxito sin precedentes en todas las especialidades. Nuestra metodología pedagógica está desarrollada en un entorno de máxima exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico medio-alto y una media de edad de 43,5 años.

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

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene nuestro sistema de aprendizaje es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.



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



Material de estudio

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

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



Técnicas y procedimientos educativos en video

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, con los últimos avances educativos, al primer plano de la actualidad en Educación. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para su asimilación y comprensión. Y lo mejor, puedes verlos las veces que quieras.



Resúmenes interactivos

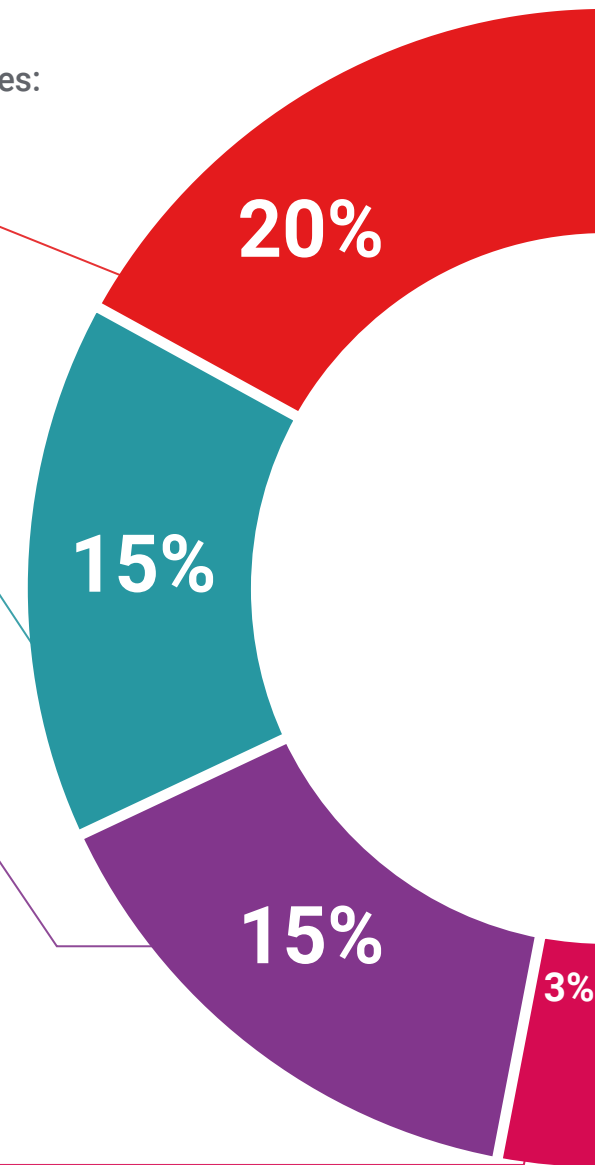
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

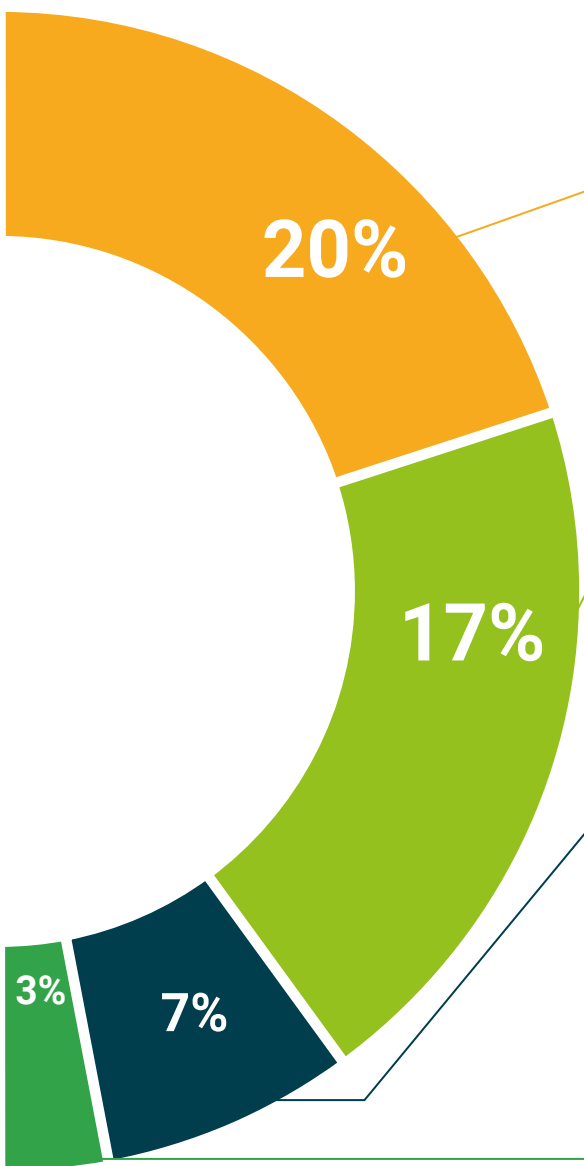
Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto guiará al alumno a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

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



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

El MBA en Dirección de Centros Educativos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **MBA en Dirección de Centros Educativos** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

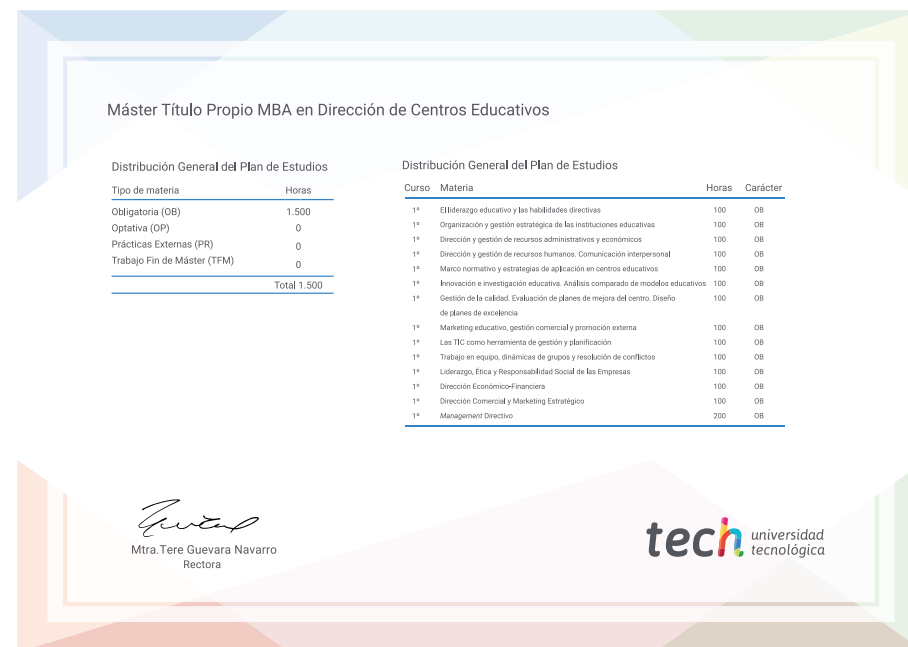
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Curso Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

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

Título: **MBA en Dirección de Centros Educativos**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**



*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.

salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web formación
aula virtual idiomas

tech universidad
tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección
de Centros Educativos

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio
MBA en Dirección
de Centros Educativos