

# Grand Master de Formación Permanente

## Alta Dirección de RRHH, Experto en Relaciones Sindicales

G M F P A D R R H H E R S



## Grand Master de Formación Permanente

Alta Dirección de RRHH, Experto  
en Relaciones Sindicales

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

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-rrhh-experto-relaciones-sindicales](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-rrhh-experto-relaciones-sindicales)

# Índice

01

Bienvenida

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 6*

03

¿Por qué nuestro programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competencias

---

*pág. 22*

06

Estructura y contenido

---

*pág. 30*

07

Metodología

---

*pág. 58*

08

Perfil de nuestros alumnos

---

*pág. 66*

09

Dirección del curso

---

*pág. 70*

10

Impacto para tu carrera

---

*pág. 90*

11

Beneficios para tu empresa

---

*pág. 94*

12

Titulación

---

*pág. 98*

# 01

# Bienvenida

Para alcanzar el éxito en cualquier empresa es preciso contar con un producto deseado por los consumidores y también con un equipo humano que aporte un valor añadido a la compañía. Profesionales ampliamente cualificados para desarrollar su labor que, unidos, supondrán un plus de calidad en el negocio, mejorando su rentabilidad y productividad. En este sentido, los directores de Recursos Humanos deben contar con las habilidades adecuadas para gestionar todos los aspectos relacionados con los trabajadores. Por ello, TECH ha diseñado un programa de gran nivel, con foco en las relaciones sindicales, para que los directivos conozcan las principales normativas en derecho laboral, además de adquirir destrezas para intervenir ante posibles conflictos entre la empresa y los trabajadores.



Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de RRHH, Experto en Relaciones Sindicales - TECH Universidad Tecnológica



“

*Especializarte en Dirección de RRHH y Relaciones Sindicales será fundamental para defender los derechos de la empresa y los trabajadores de manera eficiente”*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

*TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”*

## En TECH Universidad Tecnológica



### Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.



### Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

**95%**

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



### Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

**+100.000**

directivos capacitados cada año

**+200**

nacionalidades distintas



### Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

**+500**

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



### Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



### Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



### Análisis

---

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



### Excelencia académica

---

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



### Economía de escala

---

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



### Aprende con los mejores

---

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



*En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico*

03

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

*Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”*

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

### **Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno**

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

*El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.*

02

### **Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa**

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

*Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.*

03

### **Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial**

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

*Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.*

04

### **Asumir nuevas responsabilidades**

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

*El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.*

05

### Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

*Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.*

06

### Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

*El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.*

07

### Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

*Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.*

08

### Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

*Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.*

# 04 Objetivos

El principal objetivo de este Grand Master de Formación Permanente de TECH Universidad Tecnológica es ofrecer a los alumnos la información más completa y relevante sobre la dirección de recursos humanos, con especial atención a las relaciones sindicales, un ámbito de fundamental conocimiento para mantener un buen clima laboral en la empresa. De esta manera, los estudiantes podrán conocer, de primera mano, los aspectos más interesantes para manejarte con éxito en este campo laboral.



“

*Este programa te ayudará a desarrollar las habilidades para manejarte con éxito en la dirección de recursos humanos”*

## TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos

### Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de RRHH, Experto en Relaciones Sindicales capacitará al alumno para:

01

Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección

04

Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable

02

Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo



03

Ahondar en los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio

05

Delimitar la mejor manera para gestionar los Recursos Humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento



06

Ser capaz de gestionar el plan económico y financiero de la empresa

08

Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio:  
Diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento



09

Analizar sobre los procesos de selección en las empresas  
y el papel fundamental que tienen a futuro

07

Comprender las operaciones logísticas que son necesarias  
en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada  
de las mismas

10

Analizar las vacantes libres y los posibles perfiles que más  
se ajusten para ejercer los cargos y su posicionamiento  
dentro de la empresa

11

Analizar las decisiones de las diferentes áreas a través del modelo de cultura corporativa, tanto en el ámbito nacional como internacional

12

Desarrollar metodologías y técnicas de vanguardia en la gestión de personas y desarrollo del talento dentro de la organización

13

Desarrollar e implementar de forma adecuada las principales políticas de Recursos Humanos: Selección, formación y retribución

14

Entender las bases financieras y contables de la gestión de personal

15

Saber aplicar técnicas de coaching y psicología positiva para motivar a los empleados



16

Conocer en profundidad los procesos de gestión y administración de Recursos Humanos: Contrataciones, despidos, reestructuración de plantilla, negociación colectiva, incapacidad laboral

18

Participar en el entendimiento de la directiva de las organizaciones de la importancia de una Administración efectiva del Personal



19

Conocer el funcionamiento de los procedimientos de contratación y la Seguridad Social

17

Profundizar sobre las normativas corporativas que se ejercen en el ámbito laboral

20

Conocer los derechos de protección de datos inherentes a los trabajadores

21

Reconocer la política sindical para la representación de los trabajadores

24

Conocer los aspectos esenciales del Derecho Laboral

22

Intervenir en las relaciones laborales entre el empleador y empleado



23

Comprender y saber aplicar el ordenamiento jurídico para la resolución de casos prácticos

25

Obtener conocimientos teóricos y prácticos sobre el funcionamiento de la vertiente colectiva de las relaciones de trabajo

26

Conocer las vías de negociación para el entendimiento de los procesos de resolución de conflictos colectivos extrajudiciales

28

Conocer los agentes intermediadores de empleo, su política de colaboración público – privada con los Servicios Públicos de Empleo y las actuaciones que los regulan

29

Descubrir la igualdad de género en la organización, así como las condiciones del entorno para personas discapacitadas

27

Identificar y aplicar el contexto de la intermediación laboral en las políticas de empleo nacionales e internacionales

30

Ser capaz de aplicar los vectores fundamentales de la gestión del cambio organizacional, a través del análisis de las estrategias de transformación en la organización



05

# Competencias

TECH Universidad Tecnológica es consciente de la necesidad de especialización de los profesionales de los negocios en diferentes áreas relacionadas con su actividad y, por ello, ha diseñado este Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de RRHH, Experto en Relaciones Sindicales con el que los alumnos tendrán la oportunidad de desarrollar las competencias precisas que les permitan mejorar en su práctica laboral, siendo más competitivos y aplicando las herramientas precisas para destacar en este sector.



“

*Un programa 100% online que amplificará tu currículum profesional con una doble titulación universitaria, si cumples con los requisitos de acceso oficiales”*

01

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

02

Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa

03

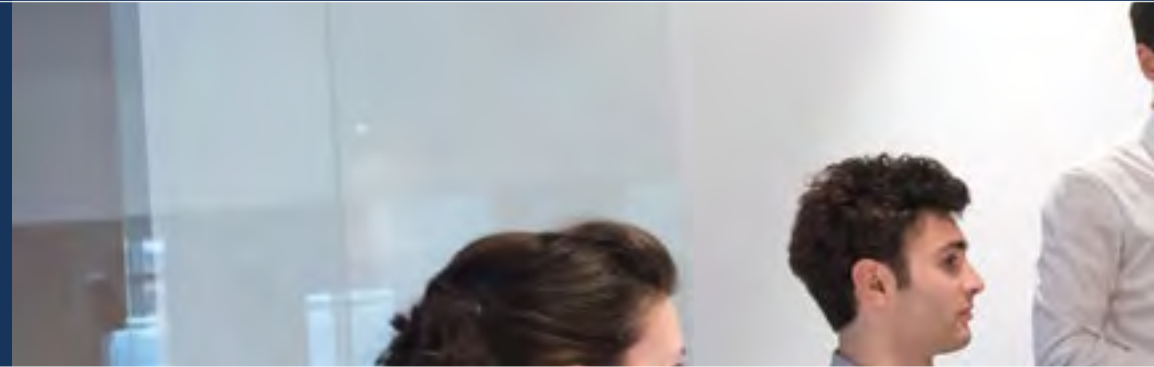
Manejar herramientas y métodos para la manipulación y mejor utilización del dato, para la entrega de resultados comprensibles para el receptor final

04

Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía

05

Implementar las claves para que la gestión del I+D+i tenga éxito en las organizaciones



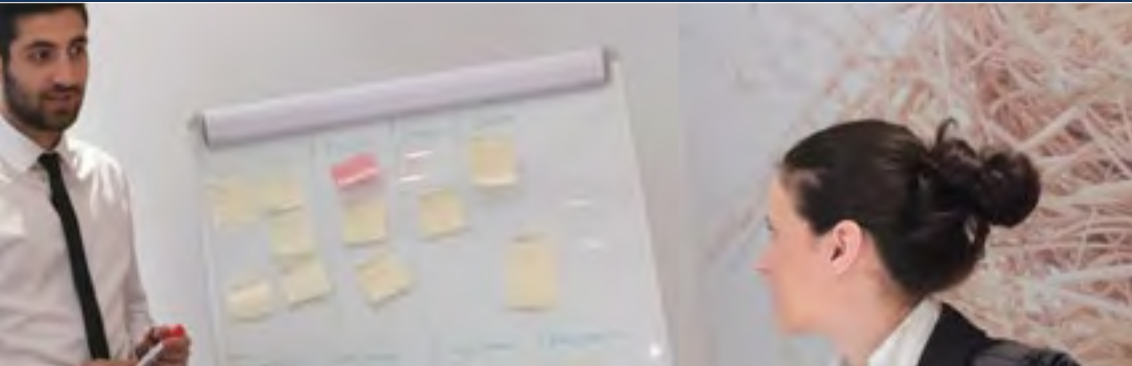


06

Apostar por el desarrollo sostenible de la compañía, evitando impactos medioambientales

08

Comprender las estrategias para planificar y gestionar los proyectos del departamento de Recursos Humanos



09

Relacionar conocimientos propios de las finanzas, tales como análisis financiero, valoración de inversiones y logística de compras

07

Tener la capacidad de planificar y organizar el nivel directivo de una organización de acuerdo a su estructura y diseño

10

Conocer y aplicar conceptos y estrategias propios del coaching a nivel ejecutivo

11

Aplicar las estrategias propias de la gestión del talento, identificando y seleccionando los modelos y la forma de aplicarlos de manera eficiente

14

Aplicar nuevas formas de organización y nuevas metodologías de trabajo adaptadas a los negocios digitales

12

Establecer la metodología adecuada para tener una comunicación efectiva dentro de la organización



13

Entender la importancia de la dirección en la vigilancia de la responsabilidad social corporativa

15

Entender y poder implementar la gestión del talento en las empresas, adecuándose a la diversidad

16

Entender la evolución de los Recursos Humanos desde una visión integrada y estratégica

18

Aplicar el marco normativo de protección de datos y los principios éticos en la gestión de las empresas



17

Lograr el óptimo manejo y gestión de la comunicación, marketing y publicidad integral de la empresa en función de los principios de la responsabilidad social corporativa empresarial

19

Crear un plan de mejora del clima laboral

20

Manejar de las acciones de intermediación laboral y conocer su distinción con la cesión ilegal de trabajadores

21

Entender los aspectos esenciales en materia de empleo y contratación laboral

24

Realizar una gestión estratégica del departamento de Recursos Humanos

22

Aplicar políticas de empleo



23

Determinar el funcionamiento de las organizaciones sindicales

25

Poner en marcha planes pensados para fomentar una gestión efectiva de la acción sindical

26

Establecer planes de reclutamiento laboral que fomenten el desarrollo y buen funcionamiento de las organizaciones

28

Manejar la regulación constitucional del conflicto colectivo y del derecho a la huelga: Sus tipos y cuestiones formales



29

Identificar las diferentes formas laborales a lo largo de la historia y en distintos modelos político-sociales

27

Comprender las normas que regulan el mercado y las relaciones laborales desde una perspectiva de igualdad y de género

30

Utilizar la metodología, herramientas y recursos materiales adaptados a la selección de personal

06

# Estructura y contenido

TECH ha puesto a disposición de sus alumnos un programa docente de gran calidad, destinado a los profesionales de los negocios que desean ampliar su conocimiento en la dirección de Recursos Humanos, específicamente, en el ámbito de las relaciones sindicales. De esta manera, los alumnos encontrarán un programa muy bien estructurado que les ayudará a autogestionar su tiempo de estudio para realizar un aprendizaje completo y adaptado a sus necesidades.



“

*Un completísimo temario que será fundamental para aumentar tu competitividad en la dirección de Recursos Humanos”*

## Plan de estudios

El Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de RRHH, Experto en Relaciones Sindicales, de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de este estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje de gran calidad que podrá aplicar, posteriormente, a su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad las principales áreas de la empresa y está diseñado para que los directivos entiendan la gestión del personal desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para los alumnos, enfocado a su mejora profesional y que los prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección de Recursos Humanos y las relaciones sindicales. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 15 meses y se divide en 25 módulos:

<b>Módulo 1</b>	Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas
<b>Módulo 2</b>	Dirección estratégica y <i>management</i> directivo
<b>Módulo 3</b>	Dirección de personas y gestión del talento
<b>Módulo 4</b>	Dirección económico-financiera
<b>Módulo 5</b>	Dirección de operaciones y logística
<b>Módulo 6</b>	Dirección de sistemas de información
<b>Módulo 7</b>	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa
<b>Módulo 8</b>	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial
<b>Módulo 9</b>	Innovación y dirección de proyectos
<b>Módulo 10</b>	<i>Management</i> directivo
<b>Módulo 11</b>	Proceso de gestión y administración de RRHH
<b>Módulo 12</b>	Comportamiento organizacional
<b>Módulo 13</b>	<i>Executive coaching</i>



<b>Módulo 14</b>	Comunicación estratégica
<b>Módulo 15</b>	Transformación de los recursos humanos en la era digital
<b>Módulo 16</b>	Teoría de las relaciones laborales
<b>Módulo 17</b>	Sociología del trabajo
<b>Módulo 18</b>	Estrategias y métodos de investigación social
<b>Módulo 19</b>	Economía laboral y de mercado
<b>Módulo 20</b>	Derecho del trabajo
<b>Módulo 21</b>	Derecho laboral colectivo
<b>Módulo 22</b>	Gestión de políticas en intermediación laboral
<b>Módulo 23</b>	Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RRHH
<b>Módulo 24</b>	Gestión del entorno laboral I
<b>Módulo 25</b>	Gestión del entorno laboral II

### ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de RRHH, Experto en Relaciones Sindicales de manera totalmente online. Durante los 15 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

*Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.*

## 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. Multinationales 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 RRHH
- 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
- 3.4.3. Dirección estratégica de RRHH

**3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RRHH**

- 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 RRHH
- 3.12.2. *Personal branding* para profesionales de RRHH

**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
- 4.6.5. El Presupuesto de Tesorería
- 4.6.6. 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
- 5.1.4. La dirección de Operaciones

#### 5.2. Organización industrial y logística

- 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
- 5.2.2. Departamento de Logística

#### 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO, etc)

- 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

<p><b>5.9. Supply Chain management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)</li> <li>5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operación</li> <li>5.9.3. Patrones de Demanda</li> <li>5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio</li> </ul>	<p><b>5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.10.1. Interacción de la cadena de suministro</li> <li>5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes</li> <li>5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro</li> <li>5.10.4. Cadena de suministro 4.0</li> </ul>	<p><b>5.11. Costes de la logística</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.11.1. Costes logísticos</li> <li>5.11.2. Problemas de los costes logísticos</li> <li>5.11.3. Optimización de costes logísticos</li> </ul>	<p><b>5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.12.1. Cadena logística</li> <li>5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística</li> <li>5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística</li> </ul>
<p><b>5.13. Gestión de procesos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.13.1. La gestión de procesos</li> <li>5.13.2. Enfoque basado en procesos: mapa de procesos</li> <li>5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos</li> </ul>	<p><b>5.14. Distribución y logística de transportes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.14.1. Distribución en la cadena de suministro</li> <li>5.14.2. Logística de Transportes</li> <li>5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la Logística</li> </ul>	<p><b>5.15. Logística y clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.15.1. Análisis de Demanda</li> <li>5.15.2. Previsión de Demanda y Ventas</li> <li>5.15.3. Planificación de Ventas y Operaciones</li> <li>5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)</li> </ul>	<p><b>5.16. Logística internacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.16.1. Procesos de exportación e importación</li> <li>5.16.2. Aduanas</li> <li>5.16.3. Formas y Medios de Pago Internacionales</li> <li>5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional</li> </ul>
<p><b>5.17. Outsourcing de operaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.17.1. Gestión de operaciones y <i>Outsourcing</i></li> <li>5.17.2. Implantación del outsourcing en entornos logísticos</li> </ul>	<p><b>5.18. Competitividad en operaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.18.1. Gestión de Operaciones</li> <li>5.18.2. Competitividad operacional</li> <li>5.18.3. Estrategia de Operaciones y ventajas competitivas</li> </ul>	<p><b>5.19. Gestión de la calidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.19.1. Cliente interno y cliente externo</li> <li>5.19.2. Los costes de calidad</li> <li>5.19.3. La mejora continua y la filosofía de <i>Deming</i></li> </ul>	

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 la 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. Sistemas de información y estrategia corporativa
- 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. BI en los distintos departamentos de la empresa
- 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. Prometeus

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**

<p><b>7.1. Dirección comercial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial</li> <li>7.1.2. Estrategia y planificación comercial</li> <li>7.1.3. El rol de los directores comerciales</li> </ul>	<p><b>7.2. Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.2.1. Concepto de Marketing</li> <li>7.2.2. Elementos básicos del marketing</li> <li>7.2.3. Actividades de marketing de la empresa</li> </ul>	<p><b>7.3. Gestión Estratégica del Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.3.1. Concepto de Marketing estratégico</li> <li>7.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing</li> <li>7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing</li> </ul>	<p><b>7.4. Marketing digital y comercio electrónico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico</li> <li>7.4.2. Marketing Digital y medios que emplea Comercio electrónico. Contexto general</li> <li>7.4.3. Categorías del comercio electrónico</li> <li>7.4.4. Ventajas y desventajas del <i>Ecommerce</i> frente al comercio tradicional</li> </ul>
<p><b>7.5. <i>Managing digital business</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios</li> <li>7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing Digital</li> <li>7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing Digital</li> </ul>	<p><b>7.6. Marketing digital para reforzar la marca</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca</li> <li>7.6.2. <i>Branded Content &amp; Storytelling</i></li> </ul>	<p><b>7.7. Estrategia de Marketing Digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.7.1. Definir la estrategia del Marketing Digital</li> <li>7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing Digital</li> </ul>	<p><b>7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet</li> <li>7.8.2. <i>Visitor Relationship Management</i></li> <li>7.8.3. Hipersegmentación</li> </ul>
<p><b>7.9. Gestión de campañas digitales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.9.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?</li> <li>7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online</li> <li>7.9.3. Errores de las campañas de publicidad digital</li> </ul>	<p><b>7.10. Plan de marketing online</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.10.1. ¿Qué es una un plan de Marketing Online?</li> <li>7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing Online</li> <li>7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing Online</li> </ul>	<p><b>7.11. <i>Blended marketing</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.11.1. ¿Qué es el <i>Blended Marketing</i>?</li> <li>7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline</li> <li>7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de <i>Blended Marketing</i></li> <li>7.11.4. Características de una estrategia de <i>Blended Marketing</i></li> <li>7.11.5. Recomendaciones en <i>Blended Marketing</i></li> <li>7.11.6. Beneficios del <i>Blended Marketing</i></li> </ul>	<p><b>7.12. Estrategia de ventas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.12.1. Estrategia de ventas</li> <li>7.12.2. Métodos de ventas</li> </ul>
<p><b>7.13. Comunicación Corporativa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.13.1. Concepto</li> <li>7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización</li> <li>7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización</li> <li>7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización</li> <li>7.13.5. Elementos de la comunicación</li> <li>7.13.6. Problemas de la comunicación</li> <li>7.13.7. Escenarios de la comunicación</li> </ul>	<p><b>7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RRHH</li> <li>7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna</li> <li>7.14.3. El plan de comunicación interna</li> </ul>	<p><b>7.15. Comunicación y reputación digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.15.1. Reputación online</li> <li>7.15.2. ¿Cómo medir la reputación digital?</li> <li>7.15.3. Herramientas de reputación online</li> <li>7.15.4. Informe de reputación online</li> <li>7.15.5. Branding online</li> </ul>	

**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 Diagnóstico 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.** Proceso de gestión y administración de RRHH

11.1. Contratación laboral	11.2. Intermediación laboral	11.3. Relaciones laborales y tecnologías de la información	11.4. Despidos y reestructuración de plantillas
11.5. Negociación colectiva	11.6. Incapacidad laboral y salud	11.7. Salud y calidad laboral	

**Módulo 12.** Comportamiento organizacional

12.1. Cultura organizacional	12.2. Estructura de la organización	12.3. Dirección de la organización	12.4. Comportamiento y cambios organizativos
12.5. Poder y política	12.6. Organización del Departamento de RRHH	12.7. Las personas en las organizaciones	12.8. Gestión del conocimiento

**Módulo 13.** *Executive coaching*

13.1. <i>Neuromanagement</i>	13.2. Autocontrol y autoeficacia	13.3. <i>Coaching</i>	13.4. Psicología positiva
13.5. Dirección e inteligencia emocional	13.6. Empatía y colaboración	13.7. Gestión del tiempo	

**Módulo 14.** Comunicación estratégica

14.1. Comunicación interpersonal
----------------------------------

## Módulo 15. Transformación de los Recursos Humanos en la era digital

15.1. Nuevas formas de organización y nuevas metodologías de trabajo

15.2. Habilidades digitales y *professional brand*

15.3. RH y *data* análisis

15.4. Gestión de personas en la era digital

## Módulo 16. Teoría de las relaciones laborales

16.1. Historia de las relaciones laborales

- 16.1.1. Marco conceptual y definición (conceptos básicos de empleo, trabajo)
- 16.1.2. Evolución histórica de las relaciones laborales
- 16.1.3. La sociedad del conocimiento en el S.XXI

16.2. Evolución de las formas de trabajo

- 16.2.1. Las relaciones laborales y los mercados de trabajo
- 16.2.2. La teoría de la segmentación del mercado de trabajo y sus prácticas

16.3. Socialismo – Comunismo en las relaciones laborales

- 16.3.1. Marco conceptual del socialismo y del comunismo
- 16.3.2. Breve descripción histórica
- 16.3.3. Las relaciones laborales bajo el marco político comunista
- 16.3.4. Las relaciones laborales bajo el marco político del socialismo

16.4. Liberalismo- Capitalismo en las relaciones laborales

- 16.4.1. Concepto de liberalismo versus capitalismo
- 16.4.2. El capitalismo a lo largo de la historia de la economía
- 16.4.3. Las relaciones laborales bajo el prisma del capitalismo económico

16.5. Derecho sindical

- 16.5.1. El sindicalismo
- 16.5.2. Fundamentos del derecho sindical
- 16.5.3. El papel de la negociación colectiva

16.6. Representación de los trabajadores

- 16.6.1. Concepto
- 16.6.2. Marco regulador
- 16.6.3. Negociación

16.7. La intervención estatal en las relaciones laborales

- 16.7.1. Marco histórico
- 16.7.2. La intervención pública en la configuración de las relaciones laborales individuales
- 16.7.3. Contratos laborales, jornadas laborales, salario y prestaciones

16.8. Institucionalismo y pluralismo

- 16.8.1. Conceptualización y encuadre dentro de las teorías del Estado
- 16.8.2. El institucionalismo
- 16.8.3. El pluralismo

16.9. Corporativismo

- 16.9.1. Conceptualización
- 16.9.2. Tipos de corporativismo en el panorama internacional

16.10. Las políticas sociales en el ámbito internacional

- 16.10.1. Políticas sociales (convergencias y divergencias)
- 16.10.2. Modelos de intervención
- 16.10.3. El Estado de Bienestar

**Módulo 17. Sociología del trabajo****17.1. Concepto de sociología del trabajo**

- 17.1.1. Introducción, objetivos y concepto de sociología
- 17.1.2. Concepto del trabajo
- 17.1.3. Concepto de sociología del trabajo
- 17.1.4. Campo de acción de la sociología del trabajo

**17.2. Estudio de la conducta humana en la sociedad**

- 17.2.1. La acción humana, medios y fines
- 17.2.2. La producción y los trabajadores
- 17.2.3. El impacto del crecimiento de la población en el trabajo

**17.3. Aspectos económicos. Estudio de la sociología del trabajo**

- 17.3.1. Teoría del valor en los economistas clásicos
- 17.3.2. Teoría del valor en Karl Marx
- 17.3.3. Críticas a la Teoría del valor trabajo
- 17.3.4. El Keynesianismo

**17.4. Evolución histórica y contexto social del trabajo**

- 17.4.1. El trabajo en la antigüedad
- 17.4.2. La revolución industrial
- 17.4.3. El desarrollo de la sociedad industrial y sus efectos laborales
- 17.4.4. De la sociedad industrial a la sociedad postindustrial
- 17.4.5. El trabajo en la sociedad de la información

**17.5. Historia de las principales teorías sociológicas del trabajo y de las organizaciones**

- 17.5.1. Teorías sociológicas del trabajo
- 17.5.2. Teorías sociológicas contemporáneas del trabajo
- 17.5.3. Taylor y la organización científica del trabajo

**17.6. El comportamiento grupal en las organizaciones**

- 17.6.1. Análisis del proceso de trabajo
- 17.6.2. Los recursos humanos. Trabajo mecánico y creatividad
- 17.6.3. El orden social en las organizaciones. Cosmos y taxis

**17.7. Sociología de las relaciones laborales en la empresa**

- 17.7.1. Teorías de la subjetividad
- 17.7.2. Teorías del mercado de trabajo
- 17.7.3. Sociología de las relaciones laborales

**17.8. Aspectos centrales en las organizaciones**

- 17.8.1. Los distintos roles dentro de la organización
- 17.8.2. Estructuras organizativas

**17.9. Paradigma tecnológico y mercado de trabajo**

- 17.9.1. El impacto de la innovación
- 17.9.2. La innovación en la empresa moderna
- 17.9.3. La automatización en la producción
- 17.9.4. Gestión de datos e Inteligencia Artificial

**17.10. Retos del mercado de trabajo en el S.XXI**

- 17.10.1. Los sindicatos en el siglo XXI
- 17.10.2. Manifestaciones y huelgas de trabajadores
- 17.10.3. El futuro del trabajo
- 17.10.4. La inmigración y el mercado de trabajo
- 17.10.5. Emigración, globalización y trabajo

**Módulo 18.** Estrategias y métodos de investigación social

**18.1. Nociones básicas sobre investigación: La ciencia y el método científico**

- 18.1.1. Definición del método científico
- 18.1.2. Método analítico
- 18.1.3. Método sintético
- 18.1.4. Método inductivo
- 18.1.5. El pensamiento cartesiano
- 18.1.6. Las reglas del método cartesiano
- 18.1.7. La duda metódica
- 18.1.8. El primer principio cartesiano
- 18.1.9. Los procedimientos de inducción según J. Mill Stuart

**18.2. El proceso general de la investigación: Enfoque cuantitativo y cualitativo**

- 18.2.1. Presupuestos epistemológicos
- 18.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio
- 18.2.3. Relación sujeto-objeto
- 18.2.4. Objetividad
- 18.2.5. Procesos metodológicos
- 18.2.6. La integración de métodos

**18.3. Paradigmas de investigación y métodos derivados de ellos**

- 18.3.1. ¿Cómo surgen las ideas de investigación?
- 18.3.2. ¿Qué investigar en educación?
- 18.3.3. Planteamiento del problema de investigación
- 18.3.4. Antecedentes, justificación y objetivos de la investigación
- 18.3.5. Fundamentación teórica
- 18.3.6. Hipótesis, variables y definición de conceptos operativos
- 18.3.7. Selección del diseño de investigación
- 18.3.8. El muestreo en estudios cuantitativos y cualitativos

**18.4. Proceso y etapas de la investigación cuantitativa**

- 18.4.1. Fase 1: Fase conceptual
- 18.4.2. Fase 2: Fase de planificación y diseño
- 18.4.3. Fase 3: Fase empírica
- 18.4.4. Fase 4: Fase analítica
- 18.4.5. Fase 5: Fase de difusión

**18.5. Tipos de investigación cuantitativa**

- 18.5.1. Investigación histórica
- 18.5.2. Investigación correlacional
- 18.5.3. Estudio de caso
- 18.5.4. Investigación "ex post facto" sobre hechos cumplidos
- 18.5.5. Investigación cuasiexperimental
- 18.5.6. Investigación experimental

**18.6. Proceso y etapas de la investigación cualitativa**

- 18.6.1. Fase 1: Fase preparatoria
- 18.6.2. Fase 2: Fase de campo
- 18.6.3. Fase 3: Fase analítica
- 18.6.4. Fase 4: Fase informativa

**18.7. Tipos de investigación cualitativa**

- 18.7.1. La etnografía
- 18.7.2. La teoría fundamentada
- 18.7.3. La fenomenología
- 18.7.4. El método biográfico y la historia de vida
- 18.7.5. El estudio de casos
- 18.7.6. El análisis de contenido
- 18.7.7. El examen del discurso
- 18.7.8. La investigación acción participativa

**18.8. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos**

- 18.8.1. La entrevista estructurada
- 18.8.2. El cuestionario estructurado
- 18.8.3. Observación sistemática
- 18.8.4. Escalas de actitud
- 18.8.5. Estadísticas
- 18.8.6. Fuentes secundarias de información

**18.9. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos**

- 18.9.1. Entrevista no estructurada
- 18.9.2. Entrevista en profundidad
- 18.9.3. Grupos focales
- 18.9.4. Observación simple, no regulada y participativa
- 18.9.5. Historias de vida
- 18.9.6. Diarios
- 18.9.7. Análisis de contenidos
- 18.9.8. El método etnográfico

**18.10. Control de calidad de los datos**

- 18.10.1. Requisitos de un instrumento de medición
- 18.10.2. Procesamiento y análisis de datos cuantitativos
  - 18.10.2.1. Validación de datos cuantitativos
  - 18.10.2.2. Estadística para el análisis de datos
  - 18.10.2.3. Estadística descriptiva
  - 18.10.2.4. Estadística inferencial
- 18.10.3. Procesamiento y análisis de datos cualitativos
  - 18.10.3.1. Reducción y categorización
  - 18.10.3.2. Clarificar, sintetizar y comparar
  - 18.10.3.3. Programas para el análisis cualitativo de datos textuales



**Módulo 19.** Economía laboral y de mercado**19.1. Introducción al mercado de trabajo**

- 19.1.1. Definición del mercado de trabajo
- 19.1.2. Funcionamiento del mercado de trabajo
- 19.1.3. Los sistemas económicos y la economía del mercado
- 19.1.4. Distribución de la población

**19.2. La ley de demanda y oferta laboral**

- 19.2.1. Los sistemas económicos y la economía de mercado
- 19.2.2. El funcionamiento del mercado: La demanda y la oferta
- 19.2.3. Elasticidad y desplazamiento de las curvas de oferta y demanda
- 19.2.4. El equilibrio del mercado

**19.3. La economía como ciencia**

- 19.3.1. El concepto de escasez y el uso de bienes
- 19.3.2. La actividad económica
- 19.3.3. Los factores productivos
- 19.3.4. La población como condicionante de la actividad económica

**19.4. Los mercados de trabajo**

- 19.4.1. Distribución de la población
- 19.4.2. Situación de colectivos desfavorecidos
- 19.4.3. Perspectivas del mercado laboral en Latinoamérica

**19.5. Los sindicatos**

- 19.5.1. La libertad sindical
- 19.5.2. Funcionamiento del sindicato
- 19.5.3. Régimen jurídico sindical

**19.6. La representación sindical en la empresa**

- 19.6.1. La representación sindical en la empresa
- 19.6.2. Las asociaciones de sindicatos
- 19.6.3. La huelga

**19.7. Negociación colectiva**

- 19.7.1. El papel de la negociación colectiva
- 19.7.2. Los convenios colectivos
- 19.7.3. Los convenios sectoriales
- 19.7.4. Comisiones encargadas de la negociación en la organización

**19.8. Políticas gubernamentales**

- 19.8.1. Políticas para la creación de empleos
- 19.8.2. Políticas sociales de apoyo al desempleado
- 19.8.3. Ejemplos internacionales

**19.9. Orientación vocacional**

- 19.9.1. Introducción a la orientación vocacional
- 19.9.2. La orientación vocacional como un detonador de empleo
- 19.9.3. Tendencia regional en la demanda de puestos de trabajo

**19.10. La responsabilidad social en el otorgamiento de puestos laborales**

- 19.10.1. Responsabilidad social
- 19.10.2. Grupos sociales expuestos a discriminación
- 19.10.3. Políticas y programas incluyentes en la organización

## Módulo 20. Derecho del trabajo

### 20.1. Las fuentes del Derecho del Trabajo

- 20.1.1. Las fuentes normativas del ordenamiento laboral. Introducción
- 20.1.2. Las fuentes internacionales
  - 20.1.2.1. La función normativa de la Organización Internacional del Trabajo
  - 20.1.2.2. La función normativa de la Unión Europea. El derecho comunitario
  - 20.1.2.3. El derecho internacional paccionado. Los convenios bilaterales y multilaterales
- 20.1.3. Las fuentes internas
  - 20.1.3.1. La Constitución Española
  - 20.1.3.2. Las leyes y las normas con rango de ley
  - 20.1.3.3. Los reglamentos
  - 20.1.3.4. Los convenios colectivos
  - 20.1.3.5. Los usos y costumbres locales y profesionales
  - 20.1.3.6. Los principios del derecho-trabajo
  - 20.1.3.7. La doctrina emanada de los órganos judiciales

### 20.2. El trabajador

- 20.2.1. Introducción
- 20.2.2. Las características propias de la relación laboral
  - 20.2.2.1. Carácter personalísimo
  - 20.2.2.2. Voluntariedad
  - 20.2.2.3. Dependencia
  - 20.2.2.4. Ajenidad
  - 20.2.2.5. Retribución
- 20.2.3. Las relaciones laborales de naturaleza especial
  - 20.2.3.1. El personal de alta dirección no incluido en el artículo 1.3 c) del Estatuto de los Trabajadores
  - 20.2.3.2. El servicio del hogar familiar
  - 20.2.3.3. Los penados en instituciones penitenciarias
  - 20.2.3.4. Los deportistas profesionales
  - 20.2.3.5. Los artistas en espectáculos públicos
  - 20.2.3.6. Las personas que intervengan en operaciones mercantiles por cuenta de uno o más empresarios sin asumir el riesgo y ventura de aquellas: Los representantes de comercio
  - 20.2.3.7. Las personas con discapacidad que trabajen en los centros especiales de empleo
  - 20.2.3.8. Los estibadores portuarios
  - 20.2.3.9. La residencia para la formación de especialistas en Ciencias de la Salud
  - 20.2.3.10. Los letrados que prestan servicios en despachos de abogados, individuales o colectivos
- 20.2.4. Los trabajos excluidos
  - 20.2.4.1. Los funcionarios públicos y el personal estatutario al servicio de la Administración
  - 20.2.4.2. Las prestaciones personales obligatorias
  - 20.2.4.3. Los consejeros de las empresas societarias
  - 20.2.4.4. Los trabajos amistosos, benévolos o de buena vecindad
  - 20.2.4.5. Los trabajos familiares
  - 20.2.4.6. La intermediación mercantil con asunción del riesgo
  - 20.2.4.7. El servicio de transporte
  - 20.2.4.8. Los trabajos realizados por cuenta propia

### 20.3. El empleador y la empresa

- 20.3.1. El empresario. Concepto y naturaleza jurídica
- 20.3.2. La subrogación empresarial
- 20.3.3. Los grupos de empresas
- 20.3.4. La descentralización productiva. Contratas y subcontratas de obras y servicios
  - 20.3.4.1. Los diferentes supuestos de responsabilidad en materia salarial y de Seguridad Social
  - 20.3.4.2. La externalización productiva y la seguridad y salud en el entorno laboral
  - 20.3.4.3. Deberes de información, consulta y participación en el contexto de una contrata de obras o servicios
- 20.3.5. La cesión ilegal de trabajadores
  - 20.3.5.1. Concepto y descripción del fenómeno
  - 20.3.5.2. Consecuencias de la cesión ilegal
- 20.3.6. Las empresas de trabajo temporal
  - 20.3.6.1. El compromiso civil o mercantil entre la empresa de trabajo temporal y la empresa usuaria. El contrato de puesta a disposición
  - 20.3.6.2. La relación laboral entre la empresa de trabajo temporal y el empleado cedido. El contrato de trabajo
  - 20.3.6.3. La especial situación del trabajador en el seno de la empresa usuaria

### 20.4. El contrato de trabajo

- 20.4.1. El contrato de trabajo. Concepto y características básicas
- 20.4.2. Formalidades del contrato de trabajo
  - 20.4.2.1. Consentimiento, objeto y causa
  - 20.4.2.2. Capacidad para contratar
  - 20.4.2.3. La forma del contrato
  - 20.4.2.4. La validez del contrato. La nulidad total y parcial del vínculo laboral
  - 20.4.2.5. La simulación del contrato de trabajo
- 20.4.3. El período de prueba
- 20.4.4. Principales modalidades contractuales
  - 20.4.4.1. Contratos indefinidos
  - 20.4.4.2. Contratos de duración determinada
  - 20.4.4.3. Contratos formativos
  - 20.4.4.4. Otras modalidades contractuales

## 20.5. Derechos y deberes laborales básicos

- 20.5.1. Derechos y deberes básicos del trabajador
  - 20.5.1.1. Derechos
  - 20.5.1.2. Deberes
- 20.5.2. Derechos y deberes básicos del empresario
  - 20.5.2.1. El poder de dirección
  - 20.5.2.2. El poder disciplinario

## 20.6. La prevención de riesgos laborales

- 20.6.1. Introducción
- 20.6.2. La garantía a la tutela frente a los riesgos profesionales. Los principios de la acción preventiva
- 20.6.3. El plan de prevención. La evaluación de los riesgos y la planificación de la actividad tuteladora
- 20.6.4. Los equipos de trabajo y los medios de protección
- 20.6.5. La información, consulta y participación de los trabajadores
- 20.6.6. La formación de los trabajadores
- 20.6.7. Las medidas de emergencia
- 20.6.8. El riesgo grave e inminente
- 20.6.9. El deber de vigilancia de la salud
- 20.6.10. Las responsabilidades de naturaleza documental

- 20.6.11. La coordinación de las actividades empresariales
- 20.6.12. La singular atención dispensada a ciertos colectivos
  - 20.6.12.1. Los trabajadores especialmente sensibles a determinados riesgos
  - 20.6.12.2. La maternidad
  - 20.6.12.3. Los menores
  - 20.6.12.4. Los trabajadores con relaciones laborales temporales o puestos a disposición por una empresa de trabajo temporal
- 20.6.13. Las responsabilidades de la mano de obra en relación con la prevención de los riesgos profesionales

## 20.7. El salario

- 20.7.1. El salario
  - 20.7.1.1. Concepto y caracteres
  - 20.7.1.2. Forma de pago: En dinero o en especie
  - 20.7.1.3. La estructura salarial
  - 20.7.1.4. Liquidación y pago del salario
  - 20.7.1.5. La compensación y absorción de salarios
  - 20.7.1.6. Las garantías del salario
  - 20.7.1.7. Las gratificaciones extraordinarias
- 20.7.2. Las percepciones extrasalariales
- 20.7.3. El principio de igualdad y no discriminación por razón de sexo en el devengo y abono de la retribución
- 20.7.4. El derecho a la promoción económica

## 20.8. El tiempo de trabajo

- 20.8.1. La jornada de trabajo
- 20.8.2. La jornada ordinaria de trabajo
- 20.8.3. Las horas extraordinarias
- 20.8.4. Las jornadas especiales de trabajo
- 20.8.5. Las reducciones de jornada previstas en el Estatuto de los Trabajadores
  - 20.8.5.1. El trabajo nocturno y a turnos
  - 20.8.5.2. El trabajo nocturno
  - 20.8.5.3. El trabajo a turnos
- 20.8.6. Las fiestas laborales, los permisos y las vacaciones anuales
  - 20.8.6.1. Las fiestas laborales
  - 20.8.6.2. Los permisos
  - 20.8.6.3. Las vacaciones anuales
- 20.8.7. El calendario laboral

## 20.9. Novación del contrato de trabajo

- 20.9.1. La movilidad funcional
- 20.9.2. La movilidad geográfica
  - 20.9.2.1. La movilidad geográfica a instancias del empresario
  - 20.9.2.2. La movilidad geográfica a instancias del trabajador
- 20.9.3. La modificación sustancial de las condiciones de trabajo
  - 20.9.3.1. Primer requisito: Concurrencia de una causa justificativa
  - 20.9.3.2. Segundo requisito: Materia objeto de modificación
  - 20.9.3.3. Tercer requisito: Procedimiento a seguir
- 20.9.4. La modificación de las condiciones establecidas en un convenio colectivo estatutario

## 20.10. La suspensión y la extinción del contrato de trabajo

- 20.10.1. La suspensión del contrato de trabajo
  - 20.10.1.1. Maternidad, paternidad, adopción, acogimiento y riesgo durante el embarazo
  - 20.10.1.2. Las excedencias
  - 20.10.1.3. La suspensión del contrato de trabajo por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción
  - 20.10.1.4. La suspensión del contrato por fuerza mayor
- 20.10.2. La extinción del contrato de trabajo
  - 20.10.2.1. La extinción por voluntad unilateral del trabajador
  - 20.10.2.2. La extinción por voluntad unilateral del empleador: El despido

**Módulo 21. Derecho laboral colectivo**

**21.1. Autonomía colectiva y sistema de relaciones laborales**

- 21.1.1. Autonomía colectiva: Concepto y elementos estructurales
- 21.1.2. La estructura tridimensional de la autonomía colectiva y su reflejo: Libertad sindical y derecho a huelga
- 21.1.3. El derecho a la negociación colectiva

**21.2. La libertad sindical**

- 21.2.1. La configuración constitucional de la libertad sindical
- 21.2.2. Titularidad del derecho de libertad sindical
- 21.2.3. Contenido del derecho de libertad sindical
- 21.2.4. Tutela de la libertad sindical: Jurisdiccional, constitucional, administrativa y penal

**21.3. Régimen jurídico del sindicato**

- 21.3.1. Constitución y adquisición de la personalidad jurídica
- 21.3.2. Funcionamiento interno del sindicato y régimen económico
- 21.3.3. La responsabilidad del sindicato

**21.4. Asociacionismo empresarial**

- 21.4.1. La estructura patronal y sindical
- 21.4.2. Representación sindical: Sindicatos más representativos
- 21.4.3. Estructura de representación patronal, criterios y determinación atribuciones

**21.5. La representación y acción colectiva de los trabajadores en la empresa**

- 21.5.1. El doble canal de representación en la empresa
- 21.5.2. La representación unitaria: Delgados de personal y comités de empresa
- 21.5.3. Las elecciones sindicales
- 21.5.4. El derecho de reunión en las empresas: asambleas de trabajadores

**21.6. La negociación colectiva**

- 21.6.1. El reconocimiento constitucional y legal del derecho a la negociación colectiva
- 21.6.2. Convenios y acuerdos colectivos el trabajo: Clasificación y tipología
- 21.6.3. Estructura de la negociación colectiva y concurrencia de convenios

**21.7. La dinámica de la negociación colectiva de eficacia general: Elaboración, vigencia y aplicación del convenio**

- 21.7.1. Sujetos negociadores: Capacidad y legitimación
- 21.7.2. Proceso de negociación: El deber de negociar
- 21.7.3. Requisitos formales y control de legalidad: La impugnación del convenio
- 21.7.4. Aplicación e interpretación del convenio: Cuestiones básicas
- 21.7.5. La vigencia del convenio
- 21.7.6. La adhesión y extensión del convenio

**21.8. El conflicto colectivo**

- 21.8.1. Concepto y clases de conflicto colectivo
- 21.8.2. La regulación constitucional el conflicto colectivo
- 21.8.3. Las medidas de conflicto colectivo por parte de los trabajadores y empresarios

**21.9. La huelga**

- 21.9.1. El reconocimiento constitucional de derecho de huelga: Titularidad y contenido
- 21.9.2. El ejercicio del derecho de huelga: Cuestiones formales. El comité de huelga
- 21.9.3. Tipos de huelga: Huelgas ilegales y huelgas abusivas
- 21.9.4. Los efectos de la huelga

**21.10. Las medidas de solución de los conflictos colectivos**

- 21.10.1. Heterocomposición y autocomposición de los conflictos colectivos en el ordenamiento español: Tipología, tramitación y efectos
- 21.10.2. Los medios extrajudiciales de solución de conflictos
- 21.10.3. Acuerdo estatal de solución extrajudicial de conflictos (ASACV)

**Módulo 22.** Gestión de políticas en intermediación laboral**22.1. La intermediación laboral en la cartera común de los Servicios del Sistema nacional de empleo**

- 22.1.1. La intermediación laboral
- 22.1.2. El nuevo papel de los servicios público de empleo
- 22.1.3. Discriminación en el acceso al empleo

**22.2. La intermediación laboral**

- 22.2.1. Conceptualización de la intermediación: Principios básicos
- 22.2.2. Intermediación laboral y orientación profesional
- 22.2.3. La intermediación laboral dentro de las políticas activas de empleo en los Servicios Públicos
- 22.2.4. Agentes colaboradores en la externalización de la intermediación: Agencias de colocación y empresas de trabajo temporal

**22.3. Prospección laboral (I)**

- 22.3.1. Datos estadísticos sobre el tejido empresarial
- 22.3.2. Fuentes de información sobre el mercado laboral
- 22.3.3. Indicadores del mercado de trabajo actual
- 22.3.4. Yacimientos de empleo

**22.4. Prospección laboral (II)**

- 22.4.1. Diagnóstico y análisis del mercado laboral
- 22.4.2. La prospección y sus fases: Acercamiento a la empresa y plan de captación
- 22.4.3. Fidelizar y evaluar la relación con las empresas
- 22.4.4. Gestión de la demanda de empleo y acompañamiento a la empresa

**22.5. Las actividades de reclutamiento**

- 22.5.1. Conceptualización del reclutamiento: Tipologías
- 22.5.2. Procedimientos de reclutamiento en la era digital: *eRecruitment*
- 22.5.3. *El reclutamiento en las entidades colaboradoras de colocación*

**22.6. Itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral**

- 22.6.1. Aspectos básicos y elementos que lo incluyen
- 22.6.2. Elaboración de los itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
- 22.6.3. Consideraciones especiales en colectivos con dificultades de inserción laboral

**22.7. El régimen sancionador en materia de intermediación**

- 22.7.1. Las carencias sancionadoras del reclutamiento de mano de obra irregular. La orientación y la colocación
- 22.7.2. El régimen sancionador en materia de formación

**22.8. Cesión ilegal de trabajadores: Marco normativo**

- 22.8.1. Las sucesivas reformas del concepto y la actual identificación de la cesión ilegal
- 22.8.2. Cesiones ilegales interempresariales
- 22.8.3. Consecuencias de la cesión ilícita

**22.9. La colaboración público-privada en la intermediación laboral**

- 22.9.1. Modelos europeos de colaboración público-privada
- 22.9.2. El Acuerdo Marco de colaboración público-privada tras la reforma laboral
- 22.9.3. La convergencia de obligaciones formativas con los servicios públicos de empleo

**22.10. Retos de las políticas de intermediación laboral en la era digital**

- 22.10.1. La intermediación laboral en agencias de colocación telemáticas
- 22.10.2. La movilidad laboral y la globalización en las políticas de empleo
- 22.10.3. La prospección laboral en la era digital

**Módulo 23.** Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RRHH

**23.1. Programas y políticas de empleo gubernamentales**

- 23.1.1. Conocimiento de las políticas de empleo gubernamentales vigentes
- 23.1.2. Programas de subsidio al empleo
- 23.1.3. El gobierno como otorgante de empleo

**23.2. Políticas de pobreza y exclusión social**

- 23.2.1. Conceptualización de la pobreza en términos socioeconómicos
- 23.2.2. Contextualización jurídica y social
- 23.2.3. La pobreza y la inclusión social en las políticas de empleo

**23.3. Grupos sociales y las dificultades en el empleo**

- 23.3.1. Identificación de los grupos sociales
- 23.3.2. Prácticas laborales excluyentes
- 23.3.3. Programas y leyes protectoras de los grupos sociales

**23.4. Discapacidad en el entorno laboral**

- 23.4.1. Conceptualización de la discapacidad
- 23.4.2. Programas de inclusión laboral en la empresa
- 23.4.3. Incentivos gubernamentales

**23.5. Programas de jóvenes y primer empleo**

- 23.5.1. Políticas de becarios y practicantes en la empresa
- 23.5.2. Programas gubernamentales
- 23.5.3. Retos del empleo juvenil en el contexto de transformación digital

**23.6. Pensiones y jubilación**

- 23.6.1. Leyes correspondientes
- 23.6.2. Sujetos de derecho a pensión o jubilación

**23.7. Mujer y trabajo I: Violencia de género**

- 23.7.1. Contextualización de la violencia de género
- 23.7.2. Programas empresariales contra la violencia de género
- 23.7.3. La promoción del empleo en las mujeres víctimas de violencia de género

**23.8. Mujer y trabajo II: Discriminación y marginación en el empleo**

- 23.8.1. La mujer en el contexto laboral a lo largo de la historia
- 23.8.2. Discriminación en el empleo
- 23.8.3. Sectores productivos de mayor empleabilidad para las mujeres

**23.9. Inmigración y trabajo**

- 23.9.1. Tipos de inmigrantes
- 23.9.2. Permisos de trabajo
- 23.9.3. La participación del gobierno en la promoción de la migración legal

**23.10. Administración de personal internacional**

- 23.10.1. Empresas globales
- 23.10.2. Inmigrantes y expatriados
- 23.10.3. Fomentar una cultura empresarial global

**Módulo 24. Gestión del entorno laboral I**

**24.1. Introducción en la gestión del entorno laboral**

- 24.1.1. La cultura organizacional, el liderazgo y el conflicto
- 24.1.2. Elementos básicos de la cultura organizacional
- 24.1.3. Conflictos: Conceptos y tipos
- 24.1.4. La relación entre cultura y liderazgo: Su relación con el conflicto

**24.2. Introducción a la prevención de riesgos laborales**

- 24.2.1. Introducción a la seguridad y salud laboral
- 24.2.2. Introducción a la ergonomía laboral
- 24.2.3. Introducción a la prevención de riesgos psicosociales

**24.3. Condiciones del entorno para personas con discapacidad**

- 24.3.1. NOM -030- SSA3-2013
- 24.3.2. Tipos de discapacidad
- 24.3.3. Adecuación correcta del lugar de trabajo

**24.4. Igualdad de género en la organización**

- 24.4.1. Artículo 86 de LFT
- 24.4.2. Reglamento y sanciones en la organización
- 24.4.3. Acciones para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en materia de empleo

**24.5. Gestión de la inserción laboral**

- 24.5.1. La selección de personal
- 24.5.2. Procesos de selección interna
- 24.5.3. Procesos de selección externa

**24.6. Ética y conducta empresarial**

- 24.6.1. El concepto de responsabilidad social
- 24.6.2. Principios éticos que deben informar en la gestión de las empresas
- 24.6.3. Responsabilidad social empresarial
- 24.6.4. Responsabilidad social empresarial y mercadotecnia responsable

**24.7. Clima laboral**

- 24.7.1. El clima en las organizaciones: Concepto de clima laboral
- 24.7.2. Dimensiones del clima laboral
- 24.7.3. Medida del clima laboral
- 24.7.4. Herramientas de medición cualitativa del clima laboral: Análisis DAFO Y PESTEL

**24.8. Deterioro clima laboral**

- 24.8.1. Riesgos psicosociales: *Burnout* y *mobbing*
- 24.8.2. Absentismo laboral

**24.9. Marco normativo de protección de datos**

- 24.9.1. Introducción a la protección datos
- 24.9.2. Ley federal de protección de datos en posesión de los particulares
- 24.9.3. Multas y sanciones

**24.10. Plan de mejora del clima laboral**

- 24.10.1. Prevención primaria, secundaria y terciaria
- 24.10.2. Intervención en crisis
- 24.10.3. Criterios esenciales de un plan de acción

**Módulo 25.** Gestión del entorno laboral II

**25.1. Cambios en el diseño organizacional y cultural**

- 25.1.1. Evolución histórica de las configuraciones organizacionales: Modelos actuales y tendencias en diseño organizacional
- 25.1.2. El rol del gestor de entornos en el diseño en las organizaciones

**25.2. Gestión del cambio en la cultura organizativa**

- 25.2.1. Las etapas del proceso de gestión del cambio
- 25.2.2. Cambios en el entorno (socioeconómicos, demográficos, geopolíticos)
- 25.2.3. Cambios en el modelo de negocio: Rol actual y futuro del gestor del cambio como dinamizador del cambio en el modelo de negocio
- 25.2.4. Transformación de los procesos

**25.3. La transformación digital en las empresas**

- 25.3.1. El entorno laboral en la cuarta revolución industrial
- 25.3.2. Elementos de la organización digital: Alfabetismo digital e integración tecnológica
- 25.3.3. Innovación en la era digital empresarial
- 25.3.4. Planeación estratégica hacia la transformación digital

**25.4. Relaciones interpersonales y liderazgo transformador**

- 25.4.1. Tendencias en la gestión de personas y equipos
- 25.4.2. Transformación personal: Herramientas y técnicas

**25.5. Responsabilidad Social Corporativa**

- 25.5.1. La sostenibilidad empresarial y los principios morales de la RSC
- 25.5.2. Gestión y administración de empresas socialmente responsables
- 25.5.3. Planificación de objetivos de responsabilidad social
- 25.5.4. Los *stakeholders*
- 25.5.5. ISO 26000 de responsabilidad social corporativa
- 25.5.6. Gestión de la responsabilidad social. Modelo RS10

**25.6. Mercadotecnia social en el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**

- 25.6.1. Aspectos claves de la mercadotecnia social
- 25.6.2. La perspectiva ética de la mercadotecnia social
- 25.6.3. Plan de mercadotecnia social

**25.7. Programa de asistencia al empleado**

- 25.7.1. Introducción e historia de los programas de asistencia al empleado (PAE)
- 25.7.2. Beneficios de los programas de asistencia al empleado (PAE)

**25.8. Programa de bienestar de empleado**

- 25.8.1. Concepto de bienestar laboral
- 25.8.2. Elaboración de programas de bienestar laboral

**25.9. Plan de igualdad de oportunidades en la empresa**

- 25.9.1. La igualdad en el entorno laboral: Marco normativo
- 25.9.2. La figura del agente de igualdad en la empresa
- 25.9.3. Elaboración de diagnóstico de necesidades en materia de igualdad empresarial
- 25.9.4. Elaboración del plan de igualdad empresarial

**25.10. Plan de comunicación integral en la empresa**

- 25.10.1. La comunicación interna en la empresa
- 25.10.2. Procesos de comunicación externa empresarial: Posicionamiento, *briefing* y estrategias de comunicación publicitaria
- 25.10.3. Elaboración de un plan de comunicación empresarial





“ *Un recorrido académico intensivo, para que mejores tu capacitación en este campo*”

07

# 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”*

## TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

“

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



*Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.*



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

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

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

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

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

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

*Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.*

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

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



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

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

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

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



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



#### Material de estudio

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

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



#### Clases magistrales

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

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



#### Prácticas de habilidades directivas

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



#### Lecturas complementarias

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







#### Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



#### Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Testing & Retesting

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



08

# Perfil de nuestros alumnos

El perfil de los alumnos de TECH Universidad Tecnológica es el de profesionales con amplia experiencia, que entienden la importancia de continuar con su estudio durante su faceta laboral. En este caso concreto, se trata de profesionales con conocimientos previos en el ámbito de los negocios, que quieren ampliar su ámbito de actuación hacia la dirección de los recursos humanos, y lo conseguirán a través de un plan de estudios de gran calidad.





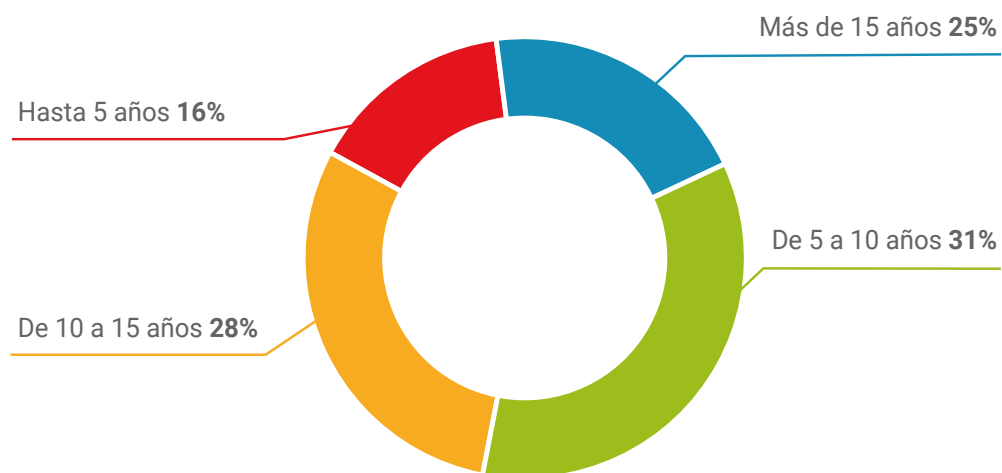
“

*Este programa está dirigido a personas interesadas en mejorar su empleabilidad gracias a planes de estudios de primer nivel”*

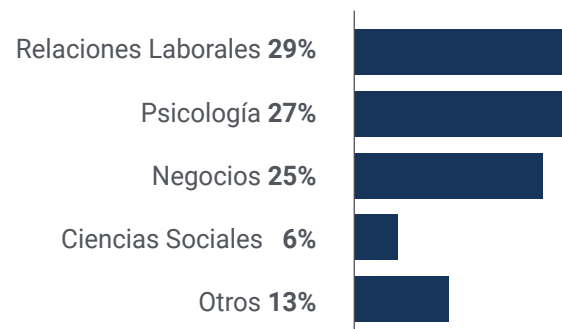
## Edad media

Entre **35** y **45** años

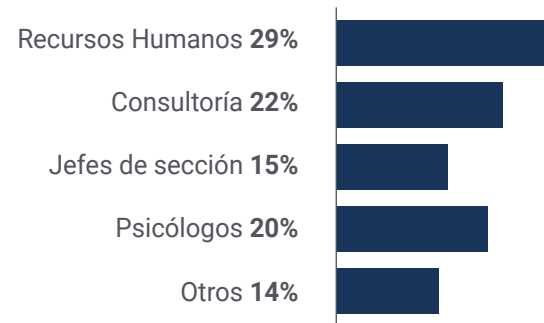
## Años de experiencia



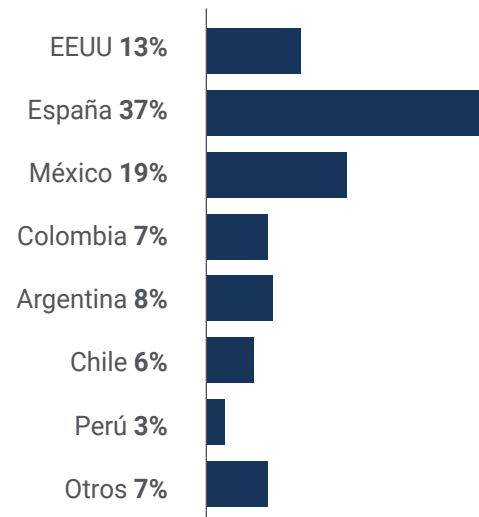
## Formación



## Perfil académico



## Distribución geográfica



## Julia Díaz

Directora de RRHH

*"Este programa me ha dado la oportunidad de especializarme en la dirección de los RRHH y las relaciones sindicales. Sin duda, un programa de gran nivel e indispensable para mi desarrollo profesional, ya que, aunque llevo varios años trabajando en este campo, notaba que necesitaba especializarme en algunos aspectos fundamentales para mi práctica diaria. Definitivamente, recomendaría este Grand Master de Formación Permanente a todos los que quieran mejorar en el ámbito de la gestión de personal"*

09

# Dirección del curso

El equipo docente de este Grand Master de Formación Permanente lo forman expertos destacados en sus respectivos campos, que combinan conocimientos teóricos y experiencia práctica. De hecho, su sólida capacitación académica se complementa con una trayectoria profesional consolidada en el ámbito de los Recursos Humanos y las relaciones sindicales. Así, con un enfoque orientado al desarrollo de habilidades directivas y la comprensión profunda de las dinámicas sindicales, estos mentores ofrecerán a los egresados una capacitación integral y actualizada, preparándolos para enfrentar los desafíos del mundo laboral contemporáneo con éxito y visión estratégica.



“

*Los docentes de este Grand Master de Formación Permanente aportarán una combinación única de conocimientos teóricos y experiencia práctica, brindándote una comprensión integral y actualizada”*

## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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





## Dña. Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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



## D. Gauthier, Rick

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arman, Romi

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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





## D. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Gram, Mick

---

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

“

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

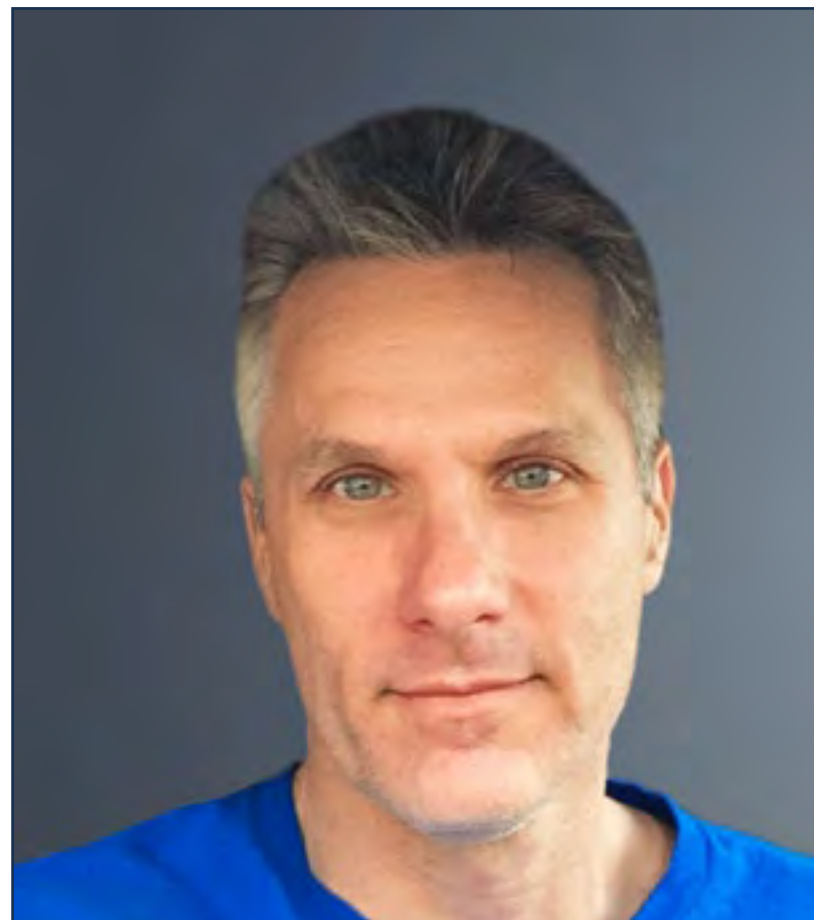
## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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



### **D. González Ferrer, Óliver**

- ♦ Director de Planificación Estratégica de Professional Recruitment en ManpowerGroup
- ♦ Director de Comunicación - Planificación Estratégica de Proyectos en Trabajando.com
- ♦ Responsable de Marketing y Comunicación en Trabajando.com
- ♦ Sociólogo en el Cabildo de Fuerteventura
- ♦ Máster en Publicidad y Comunicación por la Universidad Pontificia Comillas
- ♦ Licenciado en Sociología en la Universidad de la Laguna



## Profesores

### **Dra. Ruíz Rodríguez, Raquel**

- ♦ Directora en Rétate Consultora, Escuela Talento y Ciencia
- ♦ Colaboradora de radio en el programa Rompiendo las Reglas
- ♦ Directora de Desarrollo de Carreras Profesionales
- ♦ HR Manager en Bureau Veritas
- ♦ Doctorado en Liderazgo Empresarial por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster Oficial de *Neuromanagement* por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster Nivel Oro en Coaching por el IEC
- ♦ Máster en Recursos Humanos por IMF
- ♦ Licenciada en Relaciones Laborales por la Universidad de Valencia

### **Dña. Olmos Otero, Leire**

- ♦ HR Manager en Sea & Ports MGM
- ♦ HR Manager en Marguisa Shipping Lines
- ♦ Técnico de RR. HH. en Prodemsas Asesores Legales y Tributarios
- ♦ Máster en Asesoría Jurídico-Laboral
- ♦ Diplomada en Relaciones Laborales por la Universidad Rey Juan Carlos

### **D. Caparrós Jiménez, Javier**

- ♦ Responsable de Reclutamiento Profesional en ManpowerGroup
- ♦ Director Internacional de HR Consulting en Universia
- ♦ Director General de Selección en Hay Group
- ♦ Director de Grandes Cuentas del Área Manager en Ajilon
- ♦ Máster en Práctica Jurídica en Colex
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid

### **Dña. Lago Burgos, Iria**

- ♦ Responsable de Comunicación en Grupo Obremo
- ♦ Comunicación, Marketing y Eventos en Innova&acción
- ♦ Coordinadora en Comunicación Corporativa y Marketing en Trabajando.com
- ♦ *Social Media Manager & Content Creator en MaDI*
- ♦ Protocolo Avanzado en *Communication, Marketing and Protocol*
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos III

### **Dña. Cañas García, Ana**

- ♦ Jefe de Personal Interino en Jotelulu
- ♦ Socia-Consultora y Coordinadora del Área de Talento Digital en Coherentis
- ♦ Consultora de Talento Digital en Talenttics
- ♦ Consultora de Reclutamiento Internacional en Grupo Binternational
- ♦ Consultora de Selección en ARG Human Resources Advisor
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III
- ♦ Diplomada en Relaciones Laborales por la Universidad Carlos III

# 10

# Impacto para tu carrera

Este programa de TECH es indispensable para los profesionales de Recursos Humanos que deseen dar un giro a su carrera, especializándose en un área compleja y muy intensa como las relaciones sindicales. Así, este Grand Master de Formación Permanente incluirá los aspectos más relevantes en esta área y marcará un plus de calidad en el CV de los egresados. Sin duda, se trata de la oportunidad que esperaban para mejorar en su carrera.



“

*Un programa único que marcará un antes y un después en la capacitación de los profesionales como tú”*

## ¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de RRHH, Experto en Relaciones Sindicales, de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional.

Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

Por ello, quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en TECH.

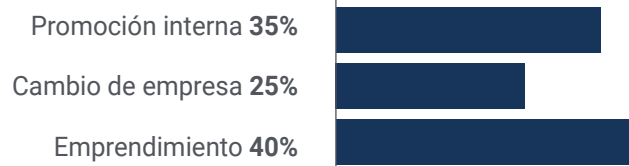
*Especialízate en RRHH  
y aporta toda tu valía  
a la empresa en la  
que trabajes.*

*Consigue la  
mejora laboral que  
deseas gracias a la  
especialización que  
te propone TECH con  
este Grand Master de  
Formación Permanente.*

### Momento del cambio



### Tipo de cambio



## Mejora salarial

---

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del 25%



11

# Beneficios para tu empresa

Este programa de TECH no solo supondrá una mejora en la capacitación de los alumnos, sino que también aportará múltiples ventajas a las empresas en las que trabajen, ya que podrán trasladar todos los conocimientos aprendidos a su trabajo diario. Sin duda, este Grand Master de Formación Permanente en Alta Dirección de RRHH, Experto en Relaciones Sindicales, es la oportunidad perfecta para que los egresados adquieran la especialización necesaria para destacar en el sector.





“

*Gestiona las relaciones sindicales de manera adecuada y aporta tu capacitación para crear un buen clima laboral”*

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

### Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

---

02

### Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

---

04

### Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.





05

### **Desarrollo de proyectos propios**

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

---

06

### **Aumento de la competitividad**

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

# Titulación

Este programa en Alta Dirección de RR.HH, Experto en Relaciones Sindicales 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 de RR.HH, Experto en Relaciones Sindicales** 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 de RR.HH, Experto en Relaciones Sindicales**

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 de RRHH, Experto  
en Relaciones Sindicales

- » 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 de RRHH,  
Experto en Relaciones Sindicales

