

Grand Master de Formación Permanente

Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa

G M F P G P T E



Grand Master de Formación Permanente Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa

- » 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-gestion-proyectos-tecnologicos-empresa

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 de estudio

pág. 58

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 68

09

Dirección del curso

pág. 72

10

Impacto para tu carrera

pág. 96

11

Beneficios para tu empresa

pág. 100

12

Titulación

pág. 104

01

Bienvenida

El éxito de una empresa depende en gran medida de los proyectos que lleve a cabo y, como consecuencia, para que sean exitosos deben contar con una adecuada gestión. En el ámbito tecnológico, los requerimientos son todavía superiores porque se trata de un entorno complejo y cambiante, por lo que es preciso que los profesionales del sector estén capacitados para adaptarse a esos cambios. Este programa en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa ha sido creado para capacitarte en la gestión y dirección de proyectos tecnológicos. Contenidos de calidad y actualizados con las principales novedades son las bases que te permitirán desarrollar tus habilidades en este campo para convertirte en un auténtico líder. Asimismo, la titulación universitaria cuenta con unas exclusivas *Masterclasses*, dirigidas por un verdadero experto internacional.



Grand Master de Formación Permanente en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa
TECH Universidad Tecnológica



“

En este Grand Master de Formación Permanente dispondrás de exhaustivas y exclusivas Masterclasses, dirigidas por un reputado Director Invitado Internacional con amplia experiencia en materia de Proyectos Tecnológicos”

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 15 meses.

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

A través de este programa universitario, los egresados tendrán una sólida comprensión sobre la Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa. También obtendrán una amplia gama de competencias para la creación de las propuestas, desde su concepción hasta su proceso de implementación. De esta forma, los profesionales tendrán los recursos necesarios para experimentar un salto en su trayectoria laboral y elevarlas a un nivel superior.



“

Llevarás a cabo Proyectos Tecnológicos innovadores con los que mejorarás la competitividad de tu organización”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos
Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El Grand Master de Formación Permanente en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa 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

Fomentar la creación de estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

02

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

03

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

05

Trabajar de una forma más efectiva, más ágil y más alineado con las nuevas tecnologías y herramientas actuales



06

Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial

08

Esclarecer el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios

09

Aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa

07

Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad

10

Realizar la estrategia de marketing que permita dar a conocer el producto a los clientes potenciales y generar una imagen adecuada de la empresa



11

Establecer las pautas adecuadas para la adaptación de la empresa a la sociedad del cambio

14

Mejorar el nivel salarial que los profesionales tienen a la hora de conseguir este título

12

Proponer un modelo dinámico de empresa que apoye su crecimiento en los recursos intangibles



13

Aumentar la empleabilidad del profesional que estudia este máster

15

Conocer cómo gestionar las empresas, el trabajo y las personas en entornos de alta incertidumbre

16

Saber trabajar de una forma más efectiva, más ágil y más alineado con las nuevas tecnologías y herramientas actuales

18

Conocer las mejores prácticas para conseguir que tu equipo no solo esté involucrado sino comprometido con el mismo



19

Entender la importancia de la responsabilidad social corporativa como parte esencial en todo proyecto

17

Aprender cuáles son los aspectos legales clave a la hora de escribir el contrato de un proyecto

20

Saber priorizar y retrasar proyectos e ideas dentro de una organización

21

Desarrollar habilidades y destrezas necesarias para tomar decisiones en todo tipo de proyectos, especialmente los tecnológicos, contextos multidisciplinares y entornos

22

Desarrollar actas de constitución de proyectos tecnológicos

23

Saber estimar los tiempos en cada proceso del diseño y desarrollo de los proyectos





24

Evaluar los procesos y estimar el costo de desarrollar un proyecto tecnológico

25

Entender el costo de incumplir con la calidad del proyecto

26

Realizar controles de calidad en cada fase del proyecto

05

Competencias

Tras finalizar esta titulación universitaria, los egresados estarán preparados para liderar proyectos tecnológicos complejos, desde su concepción hasta la implementación. De este modo, los profesionales asegurarán que se cumplan tanto los objetivos como plazos establecidos. A su vez, los expertos dominarán las últimas tendencias tecnológicas relevantes para la industria. Esto permitirá a las compañías adquirir una importante ventaja competitiva y desarrollar proyectos vanguardistas.





“

Desarrollate en un sector en pleno auge tras adquirir las destrezas necesarias para alcanzar el éxito laboral. ¡Matricúlate ya!”

01

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

02

Llevar a cabo el control económico y financiero 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

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

05

Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa



06

Elaborar y liderar planes de marketing

08

Comprender la relación entre estrategia empresarial, portfolios, programas y proyectos



09

Aprender a gestionar las empresas en entornos de alta incertidumbre

07

Lograr un entendimiento financiero de la empresa

10

Gestionar mejor el tiempo personal y el tiempo de los demás

11

Entender la relación entre alcance, tiempo y coste

14

Aprender a realizar tareas de una forma ágil, minimizando los tiempos y eliminando las tareas que no aportan valor

12

Aprender a comunicar en entornos de cambio y entornos de crisis



13

Comprender como se gestiona un equipo de alto rendimiento

15

Saber analizar la cuenta de resultados de las empresas

16

Comprender los principales indicadores financieros de las organizaciones

18

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



19

Calcular la viabilidad de un proyecto antes de su ejecución

17

Diseñar e implementar las estructuras PMO dentro de una organización

20

Identificar los costes directos e indirectos asociados a cualquier actividad empresarial

21

Dirigir de manera exitosa proyectos tecnológicos que permitan lograr los objetivos empresariales

24

Realizar el proceso de monitorización de los trabajos y control de calidad de los proyectos tecnológicos

22

Auditar la calidad en cada uno de los procesos que se llevan a cabo en el diseño del proyecto



23

Aplicar las normativas específicas y criterios de buenas prácticas para la gestión de proyectos tecnológicos

25

Gestionar el alcance de los proyectos tecnológicos

26

Estimar la duración de los proyectos y gestionarlos de manera adecuada

28

Conocer las tendencias y prácticas emergentes en la gestión de recursos de proyectos tecnológicos y ponerlas en marcha



29

Aplicar las nuevas tendencias en el ámbito de la comunicación

27

Entender cuáles son los recursos humanos y materiales necesarios para sacar adelante un proyecto

30

Aplicar el código ético en la gestión de los proyectos tecnológicos

06

Estructura y contenido

Compuesto por 29 completos y actualizados módulos, este plan de estudio dotará al alumnado de las competencias necesarias para la planificación, ejecución y control de los Proyectos Tecnológicos. Por ello, el programa universitario ahondará en factores tales como la Dirección Económica-Financiera, Metodologías Ágiles o Gestión de los Recursos. Además, la capacitación brindará al alumnado las estrategias corporativas más efectivas para garantizar el crecimiento de las compañías.



“

Con este Grand Master de Formación Permanente, obtendrás las destrezas y competencias requeridas para destacar en el sector empresarial”

Plan de estudios

El Grand Master de Formación Permanente en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara 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, analizarás multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje contextual que será de gran utilidad para trasladarlo a tu práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Grand Master de Formación Permanente en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para que los directivos entiendan la gestión de proyectos tecnológicos desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Se trata de un esquema diseñado a medida de las metas profesionales de los estudiantes, orientado hacia el desarrollo y la capacitación para sobresalir en el ámbito de la administración y dirección empresarial. El temario se adaptará a las necesidades de los emprendedores y a las de sus empresas, ofreciendo un contenido innovador que se fundamenta en las últimas corrientes, respaldado por una metodología educativa de primer nivel, el *Relearning*, y un cuerpo docente excepcional.

Este programa se desarrolla a lo largo de 15 meses y se divide en 27 módulos:

Módulo 1	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 2	Dirección estratégica y <i>Management</i> Directivo
Módulo 3	Dirección de personas y gestión del talento
Módulo 4	Dirección económico-financiera
Módulo 5	Dirección de operaciones y logística
Módulo 6	Dirección de sistemas de información
Módulo 7	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa
Módulo 8	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial
Módulo 9	Innovación y Dirección de Proyectos
Módulo 10	<i>Management</i> Directivo
Módulo 11	Alcance y cronograma del proyecto
Módulo 12	Gestión Económica del proyecto
Módulo 13	Contratación y Calidad del proyecto
Módulo 14	Organización y proyectos innovadores
Módulo 15	Metodologías Ágiles

Módulo 16	PMO
Módulo 17	Gestión de los riesgos del proyecto
Módulo 18	Introducción finanzas proyectos
Módulo 19	Introducción al Diseño y Dirección de Proyectos Tecnológicos y Gestión de la Integración de Proyectos Tecnológicos
Módulo 20	Gestión de Alcance de Proyectos Tecnológicos
Módulo 21	Gestión del Tiempo de Proyectos Tecnológicos
Módulo 22	Gestión de los Costos de Proyectos Tecnológicos
Módulo 23	Gestión de la Calidad Proyectos Tecnológicos
Módulo 24	Gestión de los Recursos de Proyectos Tecnológicos
Módulo 25	Gestión de las Comunicaciones y de los Interesados (Stakeholders) de Proyectos Tecnológicos
Módulo 26	Gestión de las Adquisiciones de Proyectos Tecnológicos
Módulo 27	Certificación PMP® o CAPM® y Código ético. Tendencias y Prácticas emergentes en la Gestión y Dirección de Proyectos Tecnológicos

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Grand Master de Formación Permanente en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa 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. Multinacionales y derechos humanos

- 1.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 1.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

1.10. Entorno legal y Corporate Governance

- 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
- 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional

- 2.1.1. Marco Conceptual
- 2.1.2. Factores clave en el diseño organizacional
- 2.1.3. Modelos básicos de organizaciones
- 2.1.4. Diseño organizacional: tipologías

2.2. Estrategia Corporativa

- 2.2.1. Estrategia corporativa competitiva
- 2.2.2. Estrategias de Crecimiento: tipologías
- 2.2.3. Marco conceptual

2.3. Planificación y Formulación Estratégica

- 2.3.1. Marco Conceptual
- 2.3.2. Elementos de la Planificación Estratégica
- 2.3.3. Formulación Estratégica: Proceso de la Planificación Estratégica

2.4. Pensamiento estratégico

- 2.4.1. La empresa como un sistema
- 2.4.2. Concepto de organización

2.5. Diagnóstico Financiero

- 2.5.1. Concepto de Diagnóstico Financiero
- 2.5.2. Etapas del Diagnóstico Financiero
- 2.5.3. Métodos de Evaluación para el Diagnóstico Financiero

2.6. Planificación y Estrategia

- 2.6.1. El Plan de una Estrategia
- 2.6.2. Posicionamiento Estratégico
- 2.6.3. La Estrategia en la Empresa

2.7. Modelos y Patrones Estratégicos

- 2.7.1. Marco Conceptual
- 2.7.2. Modelos Estratégicos
- 2.7.3. Patrones Estratégicos: Las Cinco P's de la Estrategia

2.8. Estrategia Competitiva

- 2.8.1. La Ventaja Competitiva
- 2.8.2. Elección de una Estrategia Competitiva
- 2.8.3. Estrategias según el Modelo del Reloj Estratégico
- 2.8.4. Tipos de Estrategias según el ciclo de vida del sector industrial

2.9. Dirección Estratégica

- 2.9.1. El concepto de Estrategia
- 2.9.2. El proceso de dirección estratégica
- 2.9.3. Enfoques de la dirección estratégica

2.10. Implementación de la Estrategia

- 2.10.1. Sistemas de Indicadores y Enfoque por Procesos
- 2.10.2. Mapa Estratégico
- 2.10.3. Alineamiento Estratégico

2.11. Management Directivo

- 2.11.1. Marco conceptual del *Management* Directivo
- 2.11.2. *Management* Directivo. El Rol del Consejo de Administración y herramientas de gestión corporativas

2.12. Comunicación Estratégica

- 2.12.1. Comunicación interpersonal
- 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 2.12.3. La comunicación interna
- 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

3.1. Comportamiento Organizacional

- 3.1.1. Comportamiento Organizacional. Marco Conceptual
- 3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional

3.2. Las personas en las organizaciones

- 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
- 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 3.2.3. Coaching y gestión de equipos
- 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad

3.3. Dirección Estratégica de personas

- 3.3.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 3.3.2. Dirección estratégica de personas

3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada

- 3.4.1. La importancia de RR.HH
- 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
- 3.4.3. Dirección estratégica de RR.HH

3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RR.HH

- 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
- 3.5.2. El reclutamiento
- 3.5.3. El proceso de selección

3.6. Gestión de recursos humanos por competencias

- 3.6.1. Análisis del potencial
- 3.6.2. Política de retribución
- 3.6.3. Planes de carrera/sucesión

3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

- 3.7.1. La gestión del rendimiento
- 3.7.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

3.8. Gestión de la formación

- 3.8.1. Las teorías del aprendizaje
- 3.8.2. Detección y retención del talento
- 3.8.3. Gamificación y la gestión del talento
- 3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional

3.9. Gestión del talento

- 3.9.1. Claves para la gestión positiva
- 3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa
- 3.9.3. Mapa del talento en la organización
- 3.9.4. Coste y valor añadido

3.10. Innovación en gestión del talento y las personas

- 3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 3.10.3. Fidelización y retención
- 3.10.4. Proactividad e innovación

3.11. Motivación

- 3.11.1. La naturaleza de la motivación
- 3.11.2. La teoría de las expectativas
- 3.11.3. Teorías de las necesidades
- 3.11.4. Motivación y compensación económica

3.12. Employer Branding

- 3.12.1. *Employer branding* en RR.HH
- 3.12.2. *Personal Branding* para profesionales de RR.HH

3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño

- 3.13.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 3.13.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

3.14. Desarrollo competencial directivo

- 3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?
- 3.14.2. Elementos de las competencias
- 3.14.3. Conocimiento
- 3.14.4. Habilidades de dirección
- 3.14.5. Actitudes y valores en los directivos
- 3.14.6. Habilidades directivas

3.15. Gestión del tiempo

- 3.15.1. Beneficios
- 3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?
- 3.15.3. Tiempo
- 3.15.4. Las ilusiones del tiempo
- 3.15.5. Atención y memoria
- 3.15.6. Estado mental
- 3.15.7. Gestión del tiempo
- 3.15.8. Proactividad
- 3.15.9. Tener claro el objetivo
- 3.15.10. Orden
- 3.15.11. Planificación

3.16. Gestión del cambio

- 3.16.1. Gestión del cambio
- 3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

<p>3.17. Negociación y gestión de conflictos 3.17.1 Negociación 3.17.2 Gestión de Conflictos 3.17.3 Gestión de Crisis</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento 3.20.1. La productividad 3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento</p>
<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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</p>

Módulo 4. Dirección económico-financiera

<p>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</p>	<p>4.2. La financiación de la empresa 4.2.1. Fuentes de financiación 4.2.2. Tipos de costes de financiación</p>	<p>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</p>	<p>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</p>
<p>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</p>	<p>4.6. Presupuesto y Control de Gestión 4.6.1. El modelo presupuestario 4.6.2. El Presupuesto de Capital 4.6.3. La Presupuesto de Explotación 4.6.4. El Presupuesto de Tesorería 4.6.5. Seguimiento del Presupuesto</p>	<p>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. <i>Credit management</i></p>	<p>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</p>

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)

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

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

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

8.1. Investigación de Mercados

- 8.1.1. Investigación de mercados: origen histórico
- 8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados
- 8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados

8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas

- 8.2.1. Tamaño muestral
- 8.2.2. Muestreo
- 8.2.3. Tipos de Técnicas Cuantitativas

8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas

- 8.3.1. Tipos de Investigación Cualitativa
- 8.3.2. Técnicas de Investigación Cualitativa

8.4. Segmentación de mercados

- 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
- 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
- 8.4.3. Segmentación de mercados de consumo
- 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
- 8.4.5. Estrategias de segmentación
- 8.4.6. La segmentación con base a criterios del marketing-mix
- 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado

8.5. Gestión de proyectos de investigación

- 8.5.1. La Investigación de Mercados como un proceso
- 8.5.2. Etapas de Planificación en la Investigación de Mercados
- 8.5.3. Etapas de Ejecución en la Investigación de Mercados
- 8.5.4. Gestión de un Proyecto de Investigación

8.6. La investigación de mercados internacionales

- 8.6.1. Investigación de Mercados Internacionales
- 8.6.2. Proceso de la Investigación de Mercados Internacionales
- 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las Investigaciones de Mercado Internacionales

8.7. Los estudios de viabilidad

- 8.7.1. Concepto y utilidad
- 8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad
- 8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad

8.8. Publicidad

- 8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
- 8.8.2. Marco conceptual de la Publicidad; principios, concepto de briefing y posicionamiento
- 8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la publicidad
- 8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios
- 8.8.5. Tendencias y retos de la publicidad

8.9. Desarrollo del plan de Marketing

- 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
- 8.9.2. Análisis y 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. Alcance y cronograma del proyecto

11.1. Gestión de programas y portafolio de proyectos	11.2. Gestión del alcance del proyecto	11.3. Toma de requisitos y definición del alcance	11.4. Descomposición en actividades del objetivo del proyecto (WBS)
11.5. Validar y controlar el alcance	11.6. Planificación estratégica del tiempo en la gestión de proyectos	11.7. Ciclos de vida del proyecto	11.8. Planificación eficiente de tiempos y plazos
11.9. Herramientas para la estimación de tareas	11.10. Ejecución y control del cronograma		

Módulo 12. Gestión Económica del proyecto

12.1. Plan financiero	12.2. Modelo financiero	12.3. Análisis de viabilidad del proyecto	12.4. Gestión de sensibilidad del proyecto
12.5. Gestión del coste del proyecto	12.6. Estimación de los costes del proyecto	12.7. Controlar los costes del proyecto – EVM	12.8. Análisis económico de decisiones
12.9. Herramientas MsProject	12.10. Herramientas y sistemas digitales para gestión de proyectos		

Módulo 13. Contratación y Calidad del proyecto

13.1. Planificación de adquisiciones	13.2. Planificación de la búsqueda de proveedores	13.3. Gestión de la relación con el proveedor	13.4. Aspectos legales de la contratación
13.5. Gestión y administración del contrato	13.6. Gestión de la venta del proyecto	13.7. <i>Lean Management</i>	13.8. Técnicas de mejora de procesos
13.9. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos	13.10. Herramientas lean para la gestión de proyectos		

Módulo 14. Organización y proyectos innovadores

14.1. Gestión del cambio organizacional	14.2. La comunicación en las organizaciones	14.3. Pensamiento creativo: innovación	14.4. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos
14.5. Inteligencia estratégica de la innovación	14.6. <i>Entrepreneurship & innovation</i>	14.7. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos	14.8. Sistemas de gestión de la I+D+i
14.9. Dirección y <i>Management</i> de proyectos de I+D+i	14.10. <i>Project Management para startups</i>		

Módulo 15. Metodologías Ágiles

15.1. Introducción a las metodologías ágiles	15.2. Ciclos de vida iterativos, adaptativos, predictivos e híbridos	15.3. Introducción a Scrum	15.4. Gestión de equipos ágiles
15.5. Eventos de Scrum	15.6. Los artefactos en Scrum	15.7. Estimación y planificación ágil	15.8. Métricas
15.9. Herramientas colaborativas	15.10. Agilidad Organizacional		

Módulo 16. PMO

16.1. Introducción a la Oficina de Gestión de Proyectos	16.2. Funciones de la Oficina de Gestión de Proyectos	16.3. Creando las condiciones para el cambio. Liderar el cambio organizativo	16.4. Visión y Estrategia de la PMO
16.5. Diseño del modelo de la PMO	16.6. Plan de recursos de la PMO	16.7. Implementación de la PMO	16.8. Operación y herramientas de la PMO
16.9. Cultura de Project Management y gestión del conocimiento en la organización	16.10. PMO ágil		

Módulo 17. Gestión de los riesgos del proyecto

17.1. Introducción a la Gestión de Riesgos	17.2. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos	17.3. Identificación de riesgos	17.4. Análisis cualitativo de los riesgos
17.5. Asignación de prioridades a los riesgos	17.6. Análisis cuantitativo de los riesgos	17.7. Análisis de escenarios y planes de respuesta a los riesgos	17.8. Implementación de respuestas a los riesgos
17.9. Monitorización y control de riesgos	17.10. Lecciones aprendidas y gestión del conocimiento		

Módulo 18. PMO

18.1. Introducción a las finanzas corporativas	18.2. Estados financieros y flujos de caja	18.3. El valor temporal del dinero y descuento de flujos de caja	18.4. La renta fija y su valoración
18.5. La renta variable y su valoración	18.6. Criterios financieros de inversión el presupuesto de capital	18.7. Análisis de proyectos	18.8. Riesgo y rentabilidad: el coste del capital
18.9. Estructura del pasivo	18.10. Tesorería y finanzas internacionales		

Módulo 19. Introducción al Diseño y Dirección de Proyectos Tecnológicos y Gestión de la Integración de Proyectos Tecnológicos

19.1. Introducción a la Dirección de Proyectos Tecnológicos

- 19.1.1. El rol del director de proyectos
- 19.1.2. Definición de proyecto
- 19.1.3. Estructuras organizativas

19.2. Dirección de Proyectos, la Gestión de Programas y la Gestión del Portafolio

- 19.2.1. Portfolios, Programas y Proyectos
- 19.2.2. Dirección estratégica

19.3. Normativas y Buenas Prácticas para la Dirección de Proyectos Tecnológicos

- 19.3.1. Prince 2
- 19.3.2. PMP
- 19.3.3. ISO 21500:2012

19.4. Influencias de la Organización en el diseño y dirección de Proyectos Tecnológicos

- 19.4.1. Factores ambientales de una empresa
- 19.4.2. Activos de los procesos de una organización

19.5. Procesos de la dirección de proyectos tecnológicos

- 19.5.1. Ciclo de vida de los proyectos tecnológicos
- 19.5.2. Los grupos de procesos
- 19.5.3. Dinámica de los grupos de procesos

19.6. Desarrollo del Acta de Constitución de Proyectos Tecnológicos

- 19.6.1. Definición del Acta de Constitución de Proyectos Tecnológicos
- 19.6.2. Herramientas y Técnicas

19.7. Desarrollo del plan para el diseño y gestión de los proyectos tecnológicos

- 19.7.1. Definición del plan para el diseño y gestión de los proyectos tecnológicos
- 19.7.2. Herramientas y Técnicas

19.8. Gestión del conocimiento de los proyectos tecnológicos

- 19.8.1. Importancia de la gestión del conocimiento en proyectos tecnológicos
- 19.8.2. Herramientas y Técnicas

19.9. Monitorización del trabajo de los proyectos tecnológicos

- 19.9.1. Monitorización y control de los trabajos
- 19.9.2. Informes de seguimiento en proyectos tecnológicos
- 19.9.3. Herramientas y Técnicas

19.10. Control integrado de cambios en proyectos tecnológicos

- 19.10.1. Objetivos y Beneficios del Control de Cambios en los Proyectos
- 19.10.2. El CCB (Change Control Board)
- 19.10.3. Herramientas y Técnicas

19.11. Entrega y Cierre de Proyectos Tecnológicos

- 19.11.1. Objetivos y Beneficios del Cierre de Proyectos
- 19.11.2. Herramientas y Técnicas

Módulo 20. Gestión de Alcance de Proyectos Tecnológicos

20.1. Introducción a la Gestión del Alcance

- 20.1.1. Alcance del Proyecto
- 20.1.2. Alcance del Producto

20.2. Fundamentos de la Gestión de Alcance

- 20.2.1. Conceptos Básicos
- 20.2.2. Línea Base del Alcance

20.3. Beneficios de la Gestión del Alcance

- 20.3.1. Gestión de expectativas de los Interesados
- 20.3.2. *Scoop Creep* y *Gold Plating*

20.4. Consideraciones para entornos Adaptativos

- 20.4.1. Tipos de Proyectos Adaptativos
- 20.4.2. Definición de Alcance en Proyectos Adaptativos

20.5. Planificación de la Gestión del Alcance

- 20.5.1. Plan de Gestión del Alcance
- 20.5.2. Plan de Gestión de Requisitos
- 20.5.3. Herramientas y Técnicas

20.6. Recopilar Requisitos

- 20.6.1. Recopilación y Negociación de Requisitos
- 20.6.2. Herramientas y Técnicas

20.7. Definición del Alcance

- 20.7.1. Enunciado del Alcance del Proyecto
- 20.7.2. Herramientas y Técnicas

20.8. Creación de la Estructura de Desglose de Trabajos (EDT)

- 20.8.1. Estructura de Desglose de Trabajos (EDT)
- 20.8.2. Tipos de EDT
- 20.8.3. Rolling Wave
- 20.8.2. Herramientas y Técnicas

20.9. Validación del Alcance

- 20.9.1. Calidad Vs Validación
- 20.9.2. Herramientas y Técnicas

20.10. Control del Alcance

- 20.10.1. Datos e Información de Gestión en Proyectos
- 20.10.2. Tipos de Informes del Desempeño de los Trabajos
- 20.10.3. Herramientas y Técnicas

Módulo 21. Gestión del Tiempo de Proyectos Tecnológicos

21.1. Estimación de la duración de las tareas del proyecto

- 21.1.1. Estimación por Tres valores
 - 21.1.1.1. Más probable (tM)
 - 21.1.1.2. Optimista (tO)
 - 21.1.1.3. Pesimista (tP)
- 21.1.2. Estimación análoga
- 21.1.3. Estimación paramétrica
- 21.1.4. Estimaciones ascendentes
- 21.1.5. Toma de decisiones
- 21.1.6. Juicio de expertos

21.2. Definición de las actividades y descomposición de los trabajos del proyecto

- 21.2.1. Descomposición
- 21.2.2. Definir las actividades
- 21.2.3. Descomposición de los trabajos del proyecto
- 21.2.4. Atributos de la actividad
- 21.2.5. Listado de hitos

21.3. Secuenciación de las actividades

- 21.3.1. Listados de actividades
- 21.3.2. Atributos de las actividades
- 21.3.3. Método de Diagramación de procedencia
- 21.3.4. Determinación e integración de las dependencias
- 21.3.5. Adelantos y retrasos
- 21.3.6. Diagrama de red del cronograma del proyecto

21.4. Estimación de los recursos de las actividades

- 21.4.1. Registro de supuestos
- 21.4.2. Listado de actividades
- 21.4.3. Atributos de las actividades
- 21.4.4. Registro de supuestos
- 21.4.5. Registro de lecciones aprendidas
- 21.4.6. Asignaciones del equipo del proyecto
- 21.4.7. Estructura de desglose de recursos

21.5. Estimación de la duración de las actividades

- 21.5.1. Ley de los rendimientos decrecientes
- 21.5.2. Número de recursos
- 21.5.3. Avances tecnológicos
- 21.5.4. Motivación del personal
- 21.5.5. Documentación del proyecto

21.6. Desarrollo del cronograma

- 21.6.1. Análisis de la red del cronograma
- 21.6.2. Método de la ruta crítica
- 21.6.3. Optimización de los recursos
 - 21.6.3.1. Nivelación de recursos
 - 21.6.3.2. Estabilización de recursos
- 21.6.4. Adelantos y retrasos
- 21.6.5. Compresión del cronograma
 - 21.6.5.1. Intensificación
 - 21.6.5.2. Ejecución rápida
- 21.6.6. Línea base del cronograma
- 21.6.7. Cronograma del proyecto
- 21.6.8. Datos del cronograma
- 21.6.9. Calendarios del proyecto

21.7. Tipos de relaciones y tipos de dependencias entre todas las actividades del proyecto

- 21.7.1. Dependencias obligatorias
- 21.7.2. Dependencias discretionales
 - 21.7.2.1. Lógica preferida
 - 21.7.2.2. Lógica preferencial
 - 21.7.2.3. Lógica blanda
- 21.7.3. Dependencias externas
- 21.7.4. Dependencias internas

21.8. Software de gestión de tiempo en proyectos tecnológicos

- 21.8.1. Análisis de distintos softwares
- 21.8.2. Tipos de softwares
- 21.8.3. Funcionalidades y cobertura
- 21.8.4. Utilidades y Ventajas

21.9. Control del cronograma

- 21.9.1. Información de desempeño del trabajo
- 21.9.2. Pronósticos del cronograma
- 21.9.3. Solicitudes de cambio
- 21.9.4. Actualización al plan de gestión del tiempo
- 21.9.4. Actualizaciones de los documentos del project

21.10. Recalculo de los tiempos

- 21.10.1. Camino crítico
- 21.10.2. Cálculo de tiempos mínimos y máximos
- 21.10.3. Holguras de un proyecto
 - 21.10.3.1. ¿Qué es?
 - 21.10.3.2. ¿Cómo usarla?
- 21.10.4. Holgura Total
- 21.10.5. Holgura Libre

Módulo 22. Gestión de los Costos de Proyectos Tecnológicos**22.1. ¿Qué es el Plan de Gestión de los Costos?**

- 22.1.1. Herramientas y técnicas de planificación
- 22.1.2. Resultados de la planificación de Costos

22.2. Estimar los costos. Tipos de estimaciones. Análisis de reserva

- 22.2.1. Información útil para la estimación de costos
- 22.2.2. Herramientas y técnicas para la estimación de costos
- 22.2.3. Resultados de la preparación del presupuesto de costos

22.3. Tipos de Costes de un Proyecto

- 22.3.1. Costes directos e indirectos
- 22.3.2. Costes fijos y costes variables

22.4. Evaluación y Selección de proyectos

- 22.4.1. Dimensiones financieras de un proyecto
- 22.4.2. VAN
- 22.4.3. TIR y RRN
- 22.4.4. Plazo de recuperación o *payback*

22.5. Determinar el presupuesto

- 22.5.1. Información útil para la preparación del presupuesto del Proyecto
- 22.5.2. Herramientas y técnicas para la preparación del presupuesto de costes
- 22.5.3. Resultados de la preparación del presupuesto del Proyecto

22.6. Proyecciones de Costes

- 22.6.1. Datos e Información de Gestión de Costes
- 22.6.2. Tipos de Informes del Desempeño de los Costes

22.7. La Técnica del Valor Ganado (EVM)

- 22.7.1. Variables Base y Variables de Estado
- 22.7.2. Pronósticos
- 22.7.3. Técnicas y prácticas emergentes

22.8. El flujo de la Caja del Proyecto

- 22.8.1. Tipos de flujos de caja
- 22.8.2. Estimación de los flujos netos de caja asociados a un Proyecto
- 22.8.3. El descuento en los flujos de caja
- 22.8.4. Aplicación del riesgo a los flujos de caja

22.9. Control de los costos

- 22.9.1. Objetivos y beneficios del Control de los Costos
- 22.9.2. Herramientas y Técnicas

Módulo 23. Gestión de la Calidad Proyectos Tecnológicos

23.1. Importancia de la gestión de la calidad en los proyectos

- 23.1.2. Conceptos clave
- 23.1.3. Diferencia entre Calidad y Grado
- 23.1.4. Precisión
- 23.1.5. Exactitud
- 23.1.6. Métrica

23.2. Teóricos de la calidad

- 23.2.1. Edwards Deming
 - 23.2.1.1. Ciclo de *Shewart- Deming (Plan Do - Check- Act)*
- 23.2.2. Mejora continua
- 23.2.3. Joseph Juran. Principio de Pareto
 - 23.2.3.1. Teoría de "Adecuación al Uso"
- 23.2.4. Teoría "Gestión de la Calidad Total"
- 23.2.5. Kaoru Ishikawa (Espina de Pescado)
- 23.2.6. Philip Crosby (Costo de la Baja calidad)

23.3. Normativa: ISO 21500

- 23.3.1. Introducción
- 23.3.2. Antecedentes e Historia
- 23.3.3. Objetivos y Características
- 23.3.4. Grupo de Procesos- Grupo de materias
- 23.3.5. ISO 21500 vs. PMBok
- 23.3.6. Futuro de la norma

23.4. Tendencias y prácticas emergentes en la gestión de la calidad

- 23.4.1. Cumplimiento de políticas y auditoría
- 23.4.2. Estándares y cumplimiento normativo
- 23.4.3. Mejora Continua
- 23.4.4. Involucramiento de los *stakeholders* (Interesados)
- 23.4.5. Retrospectivas recurrentes
- 23.4.6. Retrospectivas posteriores

23.5. Planificación de la Gestión de la Calidad

- 23.5.1. Análisis Costo-Beneficio
- 23.5.2. Análisis de Decisiones de multicriterios
- 23.5.3. Planificación de pruebas e inspección
- 23.5.4. Diagramas de Flujo
- 23.5.5. Modelo Lógico de Datos
- 23.5.6. Diagrama matricial
- 23.5.7. Dígrafos de interrelaciones

23.6. Costos de Cumplimiento e Incumplimiento de la Calidad

- 23.6.1. Costos de cumplimiento
- 23.6.2. Costos de incumplimiento o de NO conformidad
- 23.6.3. Costos de prevención
- 23.6.4. Costos de valoración
- 23.6.5. Fallos internos
- 23.6.6. Fallos externos
- 23.6.7. Coste marginal de la calidad
- 23.6.8. Calidad óptima

23.7. Gestión de la Calidad

- 23.7.1. Listas de verificación
- 23.7.2. Análisis de alternativas
- 23.7.3. Análisis de documentos
- 23.7.4. Análisis de procesos
- 23.7.5. Análisis causa raíz
- 23.7.6. Diagramas causa – efecto
- 23.7.7. Histogramas
- 23.7.8. Diagramas de dispersión
- 23.7.9. Diseño para X
- 23.7.10. Métodos de mejora de la calidad

23.8. Auditorias de Calidad

- 23.8.1. Qué es una auditoría interna de calidad
- 23.8.2. Distintos tipos de auditorías
- 23.8.3. Objetivos de una auditoría interna
- 23.8.4. Beneficios de las auditorías internas
- 23.8.5. Actores implicados en la auditoría interna
- 23.8.6. Procedimiento de una auditoría interna

23.9. Control de la Calidad

- 23.9.1. Hojas de Verificación
- 23.9.2. Muestreo estadístico
- 23.9.3. Cuestionarios y encuestas
- 23.9.4. Revisiones de desempeño
- 23.9.5. Inspección
- 23.9.6. Pruebas / Evaluaciones de productos
- 23.9.7. Retrospecciones y lecciones aprendidas

Módulo 24. Gestión de los Recursos de Proyectos Tecnológicos

24.1. Responsabilidades y Rol de los Recursos Humanos de los Proyectos

- 24.1.1. Director de Proyecto
- 24.1.2. Patrocinador
- 24.1.3. Director Funcional
- 24.1.4. Director de Programas
- 24.1.5. Director de Portafolio
- 24.1.6. Miembros del equipo

24.2. Gestión de los Recursos Tecnológicos

- 24.2.1. ¿Qué son los Recursos Tecnológicos?
- 24.2.2. Optimización
- 24.2.3. Valorización
- 24.2.4. Protección

24.3. Planificación de la Gestión de Recursos Humanos y Estimar los recursos de las actividades

- 24.3.1. Plan de gestión de los recursos
 - 24.3.1.1. Representación de Datos
 - 24.3.1.2. Teoría de la Organización
- 24.3.2. Requisitos de los Recursos
- 24.3.3. Base de las Estimaciones
- 24.3.4. Estructura de desglose de recursos
- 24.3.5. Actualizaciones de los documentos en materia de recursos

24.4. Distintos poderes del director de proyectos

- 24.4.1. Poder e influencia
- 24.4.2. Poder de Recompensa
- 24.4.3. Poder de Castigo
- 24.4.4. Poder de Experto
- 24.4.5. Poder de Referencia
- 24.4.6. Poder Formal
- 24.4.7. Ejercicios prácticos para saber utilizar los distintos poderes del director de proyecto

24.5. Adquisición del Equipo de proyecto idóneo para nuestro proyecto

- 24.5.1. ¿Qué es la Adquisición del equipo?
- 24.5.2. Medios de Adquisición del equipo
 - 24.5.2.1. Contratación
 - 24.5.2.2. Subcontratación
- 24.5.3. Toma de decisiones
 - 24.5.3.1. Disponibilidad
 - 24.5.3.2. Coste
 - 24.5.3.3. Experiencia
 - 24.5.3.4. Habilidades
 - 24.5.3.5. Conocimiento
 - 24.5.3.6. Capacidades
 - 24.5.3.7. Actitud
 - 24.5.3.8. Factores Internacionales
- 24.5.4. Pre- asignación
- 24.5.5. Equipos virtuales

24.6. Desarrollo de habilidades interpersonales (habilidades blandas o Soft)

- 24.6.1. Liderazgo
- 24.6.2. Motivación
- 24.6.3. Comunicación
- 24.6.4. Influencia
- 24.6.5. Facilitación de grupo
- 24.6.6. Creatividad
- 24.6.7. Inteligencia emocional
- 24.6.8. Toma de decisiones

24.7. Desarrollo del Equipo de proyecto

- 24.7.1. Reconocimientos y recompensas
 - 24.7.1.1. Premisas que se deben cumplir para aplicarlo
 - 24.7.1.2. Crear sistema de reconocimiento y recompensa
- 24.7.2. Capacitación
- 24.7.3. *Coubicación* (Tight-matrix)
- 24.7.4. Tecnología de la comunicación
- 24.7.5. Actividades de Desarrollo del Espíritu de Equipo (*Team Bulding*)

24.8. Dirección del Equipo de Proyecto. Evaluaciones de desempeño, gestión de equipos de Proyecto

- 24.8.1. Planificación
- 24.8.2. Tipos de evaluaciones
 - 24.8.2.1. Evaluaciones personales Evaluaciones 360°
 - 24.8.2.2. Evaluaciones de equipo
- 24.8.3. Definición de variables
- 24.8.4. Diseño del sistema de evaluación del desempeño
- 24.8.5. Implantación y formación de evaluadores

24.9. Técnicas de Gestión y Resolución de Conflictos

- 24.9.1. ¿Qué son los conflictos de un proyecto? Tipos
- 24.9.2. Cooperar y resolver los problemas (*Collaborate/Problem Solve*)
- 24.9.3. Transigir /Consentir (*Compromise/ Reconcile*)
- 24.9.4. Apartarse/Eludir (*Withdraw/Avoid*)
- 24.9.5. Suavizar Acomodar (*Smooth/Accommodate*)
- 24.9.6. Forzar/Dirigir (*Force/Direct*)
- 24.9.7. Ejercicios prácticos para saber cuándo utilizar cada técnica de resolución de conflictos

24.10. Tendencias y prácticas emergentes en la gestión de los recursos de Proyectos Tecnológicos

- 24.10.1. Métodos para la gestión de los recursos
- 24.10.2. Inteligencia Emocional (IE)
- 24.10.3. Equipos auto-organizados
- 24.10.4. Equipos virtuales/ Equipos distribuidos
- 24.10.5. Consideraciones para la adaptación
- 24.10.6. Consideraciones para entornos Ágiles/Adaptativos

Módulo 25. Gestión de las Comunicaciones y de los Interesados (Stakeholders)
de Proyectos Tecnológicos

25.1. Planificación de la gestión de las comunicaciones

- 25.1.1. ¿Por qué es importante un Plan de gestión de comunicaciones?
- 25.1.2. Introducción a la gestión de las comunicaciones
- 25.1.3. Análisis y requisitos de las comunicaciones
- 25.1.4. Dimensiones de las comunicaciones
- 25.1.4. Técnicas y herramientas

25.2. Habilidades de comunicación

- 25.2.1. Emisión consciente
- 25.2.2. Escucha activa
- 25.2.3. Empatía
- 25.2.4. Evitar malos gestos
- 25.2.5. Leer y escribir
- 25.2.6. Respeto
- 25.2.7. Persuasión
- 25.2.8. Credibilidad

25.3. Comunicación eficaz, eficiente y tipos de comunicación

- 25.3.1. Definición
- 25.3.2. Comunicación Eficaz
- 25.3.3. Comunicación eficiente
- 25.3.4. Comunicación Formal
- 25.3.5. Comunicación Informal
- 25.3.6. Comunicación Escrita
- 25.3.7. Comunicación Verbal
- 25.3.8. Ejercicios prácticos sobre el uso de tipos de comunicación en un proyecto

25.4. Gestión y control de las comunicaciones

- 25.4.1. Dirección de las comunicaciones de un proyecto
- 25.4.2. Modelos de comunicación
- 25.4.3. Métodos de comunicación
- 25.4.4. Canales de comunicación de un proyecto

25.5. Tendencias y prácticas emergentes en el ámbito de la comunicación

- 25.5.1. Evaluación de estilos de comunicación
- 25.5.2. Conciencia política
- 25.5.3. Conciencia cultural
- 25.5.4. Tecnología de las comunicaciones

25.6. Identificación y análisis de los interesados (Stakeholders)

- 25.6.1. ¿Por qué es importante gestionar stakeholders?
- 25.6.2. Análisis y Registro de stakeholders
- 25.6.3. Intereses y preocupaciones de los stakeholders
- 25.6.4. Consideraciones para entornos ágiles y adaptativos

25.7. Planificación de la gestión de los interesados (Stakeholders)

- 25.7.1. Estrategias de gestión adecuadas
- 25.7.2. Herramientas y técnicas

25.8. Gestión de la participación de los interesados (Stakeholders) Estrategia de gestión

- 25.8.1. Métodos para incrementar el apoyo y minimizar la resistencia
- 25.8.2. Herramientas y técnicas

25.9. Monitorización del Involucramiento de los interesados (Stakeholders)

- 25.9.1. Informe de desempeño de los Stakeholders
- 25.9.2. Herramientas y técnicas

Módulo 26. Gestión de las Adquisiciones de Proyectos Tecnológicos**26.1. Introducción a la Gestión de Adquisiciones**

- 26.1.1. Definición de Contrato
- 26.1.2. Marco Legal de las Adquisiciones

26.2. Conceptos Básicos

- 26.2.1. Definición de Contrato
- 26.2.2. El director de proyecto y el contrato
- 26.2.3. Actividades principales
- 26.2.4. Contratación Centralizada y Descentralizada

26.3. Gestión de Adquisiciones: Beneficios

- 26.3.1. Definición de la Estrategia de adquisiciones
- 26.3.2. Tipos de Estrategias

26.4. Adquisiciones en entornos adaptativos**26.5. Tipos de Contratos**

- 26.5.1. Contratos de Precio Fijo
- 26.5.2. Contratos de Costes Reembolsables
- 26.5.3. Contratos de Tiempos y Materiales

26.6. Documentación de Adquisiciones

- 26.6.1. Tipos de Documentos en el marco de una Adquisición
- 26.6.2. Flujos de Documentos en la Gestión de Adquisiciones

26.7. Negociación con Proveedores

- 26.7.1. Objetivos de la negociación con Proveedores
- 26.7.2. Técnicas de negociación con Proveedores

26.8. Planificación la Gestión de las Adquisiciones

- 26.8.1. Plan para la Gestión de las Adquisiciones
- 26.8.2. Herramientas y Técnicas

26.9. Efectuar las adquisiciones

- 26.9.1. Búsqueda, selección y Evaluación de Ofertas
- 26.9.2. Herramientas y Técnicas
- 26.9.3. Matriz de Ponderación de Ofertas

26.10. Monitorización y control de las Adquisiciones

- 26.10.1. Puntos de monitorización y control de adquisiciones según el tipo de contrato
- 26.10.2. Herramientas y Técnicas

Módulo 27. Certificación PMP® o CAPM® y Código ético. Tendencias y Prácticas emergentes en la Gestión y Dirección de Proyectos Tecnológicos

27.1. ¿Qué es PMP®, CAPM® y PMI®?

- 27.1.1. Qué es PMP®
- 27.1.2. CAPM®
- 27.1.3. PMI®
- 27.1.4. PMBok

27.2. Ventajas y Beneficios de obtener la certificación PMP® y CAPM®

- 27.2.1. Técnicas y trucos para aprobar en el primer intento el examen de certificación PMP® y CAPM®
- 27.2.2. PMI-ismos

27.3. Reporte de experiencia profesional al PMI® (Diseño y Gestión de Proyectos Tecnológicos Institute)

- 27.3.1. Darse de alta como miembro del PMI®
- 27.3.2. Requisitos de acceso al examen de certificación PMP® y CAPM®
- 27.3.3. Análisis de la experiencia profesional del alumno
- 27.3.4. Plantilla de ayuda de reporte de experiencia profesional del alumno
- 27.3.5. Reporte de experiencia en el software del PMI®

27.4. Examen de Certificación PMP® o CAPM®

- 27.4.1. ¿Cómo es el examen de certificación PMP® o CAPM®?
- 27.4.2. Número de preguntas puntuables y no puntuables
- 27.4.3. Duración del examen
- 27.4.4. Umbral de aprobado
- 27.4.5. Número de preguntas por grupo de proceso
- 27.4.6. Metodología de calificación

27.5. Metodologías ágiles

- 27.5.1. Agile
- 27.5.2. SCRUM
- 27.5.3. Kanban
- 27.5.4. Lean
- 27.5.5. Comparativa con las certificaciones del PMI®

27.6. Desarrollo del Software en las metodologías ágiles

- 27.6.1. Análisis de los distintos softwares del mercado
- 27.6.2. Ventajas y beneficios

27.7. Ventajas y limitaciones de implantar las metodologías ágiles en tus proyectos tecnológicos

- 27.7.1. Ventajas
- 27.7.2. Limitaciones
- 27.7.3. Metodologías ágiles vs herramientas tradicionales

27.8. Código Ético en la gestión de tus proyectos

- 27.8.1. Responsabilidad
- 27.8.2. Respeto
- 27.8.3. Imparcialidad
- 27.8.4. Honestidad



“

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

07

Metodología de estudio

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

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



“

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

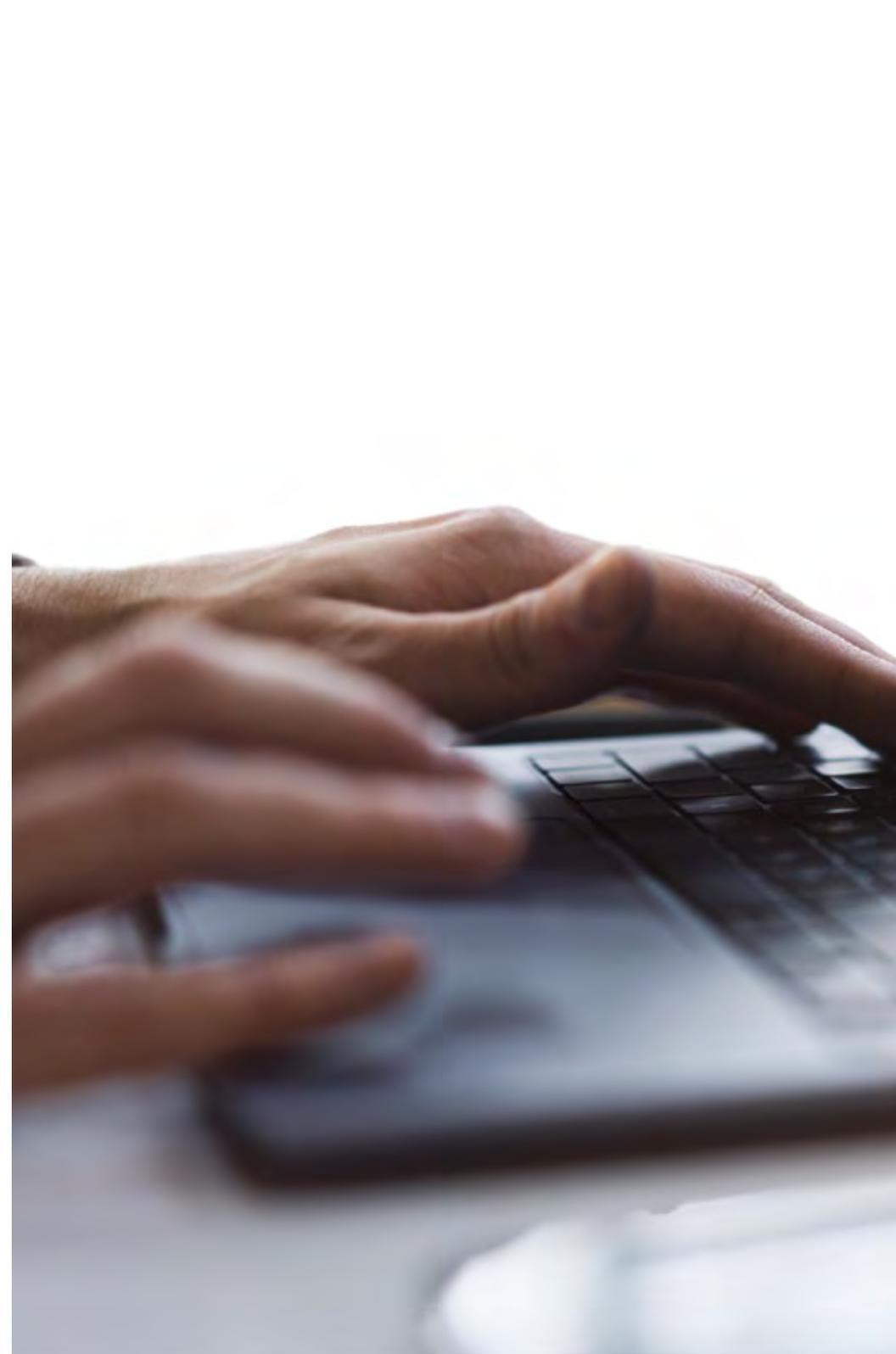
El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

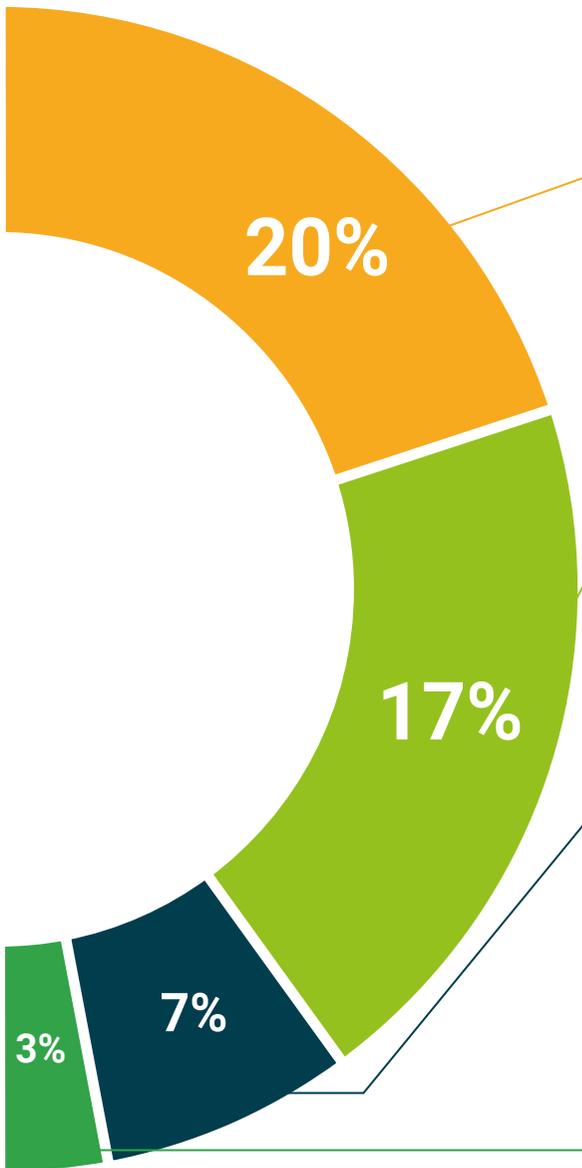
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Case Studies

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



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

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



Guías rápidas de actuación

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



08

Perfil de nuestros alumnos

El presente Grand Master de Formación Permanente en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa de TECH es una capacitación universitaria orientada a profesionales con experiencia, que se marcan como objetivo actualizar sus conocimientos y avanzar en su carrera profesional. Cabe destacar que la diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa universitario.





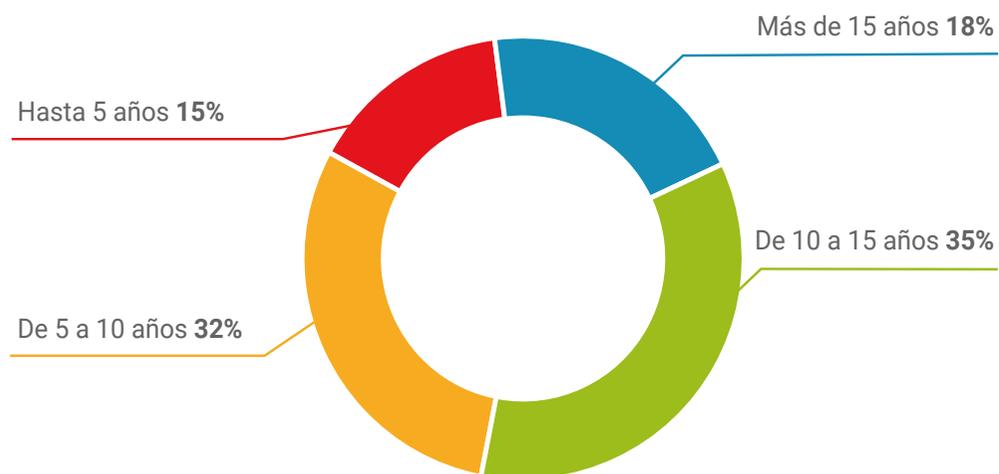
“

Si tienes experiencia en la gestión de proyectos y buscas optimizar tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa”

Edad media

Entre **35** y **45** años

Años de experiencia



Formación

Económicas y Empresariales **28%**

Ingenierías **42%**

Diseño gráfico **12%**

Ciencias Sociales **6%**

Otros **12%**

Perfil académico

Industria **37%**

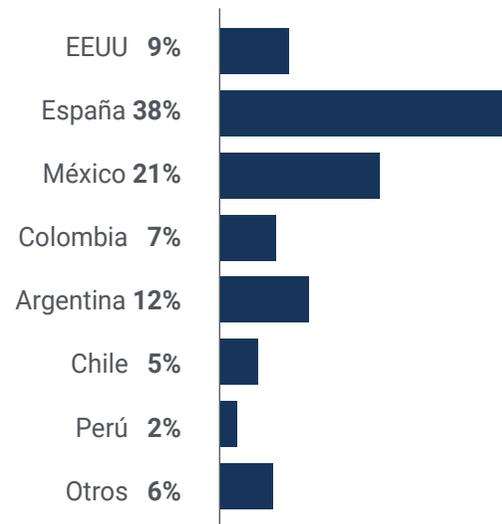
Servicios **18%**

Emprendedores **25%**

Transportes **10%**

Otros **10%**

Distribución geográfica



Manuel Pérez

Director de una multinacional

"Cuando decidí realizar este Grand Master de Formación Permanente me surgieron muchas dudas porque, aunque sabía que era esencial para mi carrera, dudaba que pudiera finalizarlo con éxito, al tener que compaginarlo con otras obligaciones diarias. Sin embargo, di el paso y hoy creo que ha sido una de las experiencias más enriquecedoras a nivel académico. El contenido digital favorece en gran medida su estudio y la gran calidad del profesorado hace aún más enriquecedora la experiencia"

09

Dirección del curso

Este programa universitario cuenta con un cuadro docente compuesto por expertos de referencia en la Gestión y Dirección de Proyectos Tecnológicos. Dichos especialistas vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan la titulación universitaria de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.





“

Un completísimo cuadro docente especializado en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa, que te garantizará un aprendizaje exitoso”

Director Invitado Internacional

Con una larga trayectoria enfocada en las enseñanzas superiores, J. Michael DeAngelis se ha desempeñado como **locutor, redactor de guiones y actor**. Tras ocupar diferentes cargos académicos en la Universidad de Pensilvania, ha sido nombrado **Director Asociado de Comunicaciones y Tecnología** en esta institución estadounidense. Allí, es el encargado de producir y presentar el pódcast informativo semanal **CS Radio**. Además, es cocreador del pódcast de comedia *Mission: Rejected*, en el cual realiza funciones de dirección, redacción y producción.

A lo largo de su trayectoria ha trabajado en cadenas de televisión educativa local y en **emisoras de radio** en las secciones de noticias. Por otra parte, luego de graduarse en **Artes Escénicas** en el Muhlenberg College, ha ocupado el cargo de director de **The Porch Room**, una productora de pódcast, cine y teatro. Con todo esto, ha tenido la oportunidad de realizar diferentes funciones en el ámbito de la **Comunicación** y el **Entretenimiento**. Asimismo, ha ejecutado tareas tanto delante como detrás de los micrófonos en el ámbito informativo y de entretenimiento.

En particular, con la irrupción de los **pódcast** y su continuo crecimiento, este experto se ha especializado en crear y producir este tipo de contenidos sonoros. A través de ellos, y gracias a su experiencia como actor, logra transmitir a los oyentes no solo información e historias, sino también emociones a través de la voz.

Por otro lado, DeAngelis ha sido reconocido en diversas ocasiones por su trabajo teatral, su obra *Drop* fue galardonada en el **Festival Samuel French Off-Off Broadway Short Play** en 2009. Ese mismo año, consiguió el **Premio Perry** de la **Asociación de Teatros Comunitarios de Nueva Jersey (NJACT)** a la mejor producción de una obra original por *Accidents Happen*. Al mismo tiempo, su destacada trayectoria le ha llevado a formar parte del **Dramatist Guild of America**.



D. DeAngelis, J. Michael

- ♦ Director de Comunicaciones y Tecnología en la Universidad de Pensilvania, Estados Unidos
- ♦ Director de la productora The Porch Room
- ♦ Presentador del pódcast informativo semanal CS Radio
- ♦ Locutor y *Podcaster*
- ♦ Premio Perry de la NJACT
- ♦ Licenciado en Artes Escénicas por el Muhlenberg College
- ♦ Graduado de Interpretación y Crítica Teatral en el Goldsmiths College de la Universidad de Londres
- ♦ Miembro de: Gremio de Dramaturgos de América

“

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

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



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

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

“

¿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

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

“

¡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

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

“

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

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

“

¡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

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 Copenhagen
- ♦ Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhagen

“

¡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

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

“

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!”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



Dra. Romero Mariño, Brunil Dalila

- ♦ Doctor en Tecnologías de la Información y la Comunicación por la Universidad de Granada (UGR), España
- ♦ Administradora de Base de Datos en la Asociación OCREM, Granada
- ♦ Consultora de Proyectos de *Software* y Arquitectura Tecnológica para distintas empresas en Venezuela
- ♦ Profesora Universitaria de Informática del Departamento de Procesos y Sistemas en la Universidad Simón Bolívar (USB), Venezuela
- ♦ Investigador en Ingeniería del *Software* y áreas conexas del Departamento de Procesos y Sistemas en la USB, Venezuela
- ♦ Tutora de Prácticas en la USB, Venezuela
- ♦ Profesora Universitaria de Informática de la Escuela de Ingeniería de Sistemas en la Universidad Bicentennial de Aragua (UBA), Venezuela
- ♦ Directora de la Escuela de Electrónica y Coordinadora de la Comisión de Trabajos Especial de Grado del Instituto Universitario de Tecnología Antonio José de Sucre (UTS), Venezuela
- ♦ Ingeniera de Sistemas por la UBA, Venezuela
- ♦ Experta en Comunicaciones y Redes de Comunicación de Datos por la Universidad Central de Venezuela (UCV)
- ♦ Máster en Ingeniería de Sistemas por la USB, Venezuela
- ♦ Miembro Evaluador de proyectos de doctorado de la Universidad Americana de Europa (UNADE)



D. Pampliega, Carlos

- ♦ Responsable de la Oficina de Gestión de Proyectos y Riesgos, Consultor y Formador en diferentes Universidades y Escuelas de Negocio
- ♦ Director del Curso de Dirección de Proyectos Escuela de Negocios CEU Castilla y León
- ♦ Director de PMI Castilla y León Branch
- ♦ Miembro activo de PMI-Madrid Spain Chapter
- ♦ Miembro del Consejo Editorial de la Revista Científica Building & Management.
- ♦ Miembro del Comité de Jueces de PMO de PMO Global Alliance Awards
- ♦ Arquitecto especializado en la Gestión de Proyecto y Riesgos
- ♦ Certified Associate in Risk Management por la George Washington University
- ♦ Certificado Project Management Professional (PMP)
- ♦ Professional Scrum Master certificado por Scrum.org

Profesores

D. González Peña, Alexis José

- ♦ Experto en finanzas y auditorías
- ♦ Director del Área Financiera en CajaSiete Caja Rural
- ♦ Auditor interno senior en Bankia
- ♦ Auditor interno senior en Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ♦ Auditor senior *experience* en Deloitte
- ♦ Licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
- ♦ Máster en Tributación y Asesoría Fiscal por el Centro de Estudios Financieros
- ♦ Executive Máster en Dirección Financiera y Finanzas Avanzadas por el Instituto Superior en Técnicas y Prácticas Bancarias
- ♦ Experto en Planificación Financiera y Control de Gestión en Banca por Analistas Financieros Internacionales
- ♦ Experto en Desarrollo Directivo en Gestión de Carteras por Analistas Financieros Internacionales

Dr. Roji Ferrari, Salvador

- ♦ Especialista en Contabilidad y Finanzas
- ♦ Autor de varios libros de finanzas y economía de la empresa
- ♦ Doctor en Contabilidad y Finanzas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster en Ciencias de las Finanzas por la Universidad de Maryland & Baltimore
- ♦ Máster en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad de Maryland & Baltimore





“

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

10

Impacto para tu carrera

Por medio de este Grand Master de Formación Permanente, los alumnos estarán altamente cualificados en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa. De este modo, los egresados adquirirán competencias avanzadas para liderar propuestas innovadoras. Asimismo, tendrán todas las herramientas a su alcance para experimentar un notable crecimiento en su trayectoria profesional. Esto permitirá a los expertos aprovechar las múltiples oportunidades laborales que brinda el sector tecnológico en la actualidad.



“

Accederás a una experiencia educativa de óptimo nivel que elevará tus horizontes profesionales”

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

El Grand Master de Formación Permanente en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa 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.

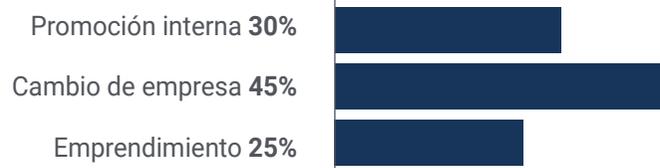
Si buscas una mejora a nivel laboral, TECH pone todos SUS recursos a tu disposición para ayudarte a conseguirla.

No dejes pasar la oportunidad de estudiar el programa más completo del mercado sobre Gestión de Proyectos Tecnológicos.

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

El Grand Master de Formación Permanente en Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa contribuirá a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional. Los egresados mejorarán sus habilidades directivas, para liderar así proyectos tecnológicos innovadores. Además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





“

Tras realizar este Grand Master de Formación Permanente, aportarás a la empresa una nueva visión de negocio para impulsarla a un nivel superior”

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 Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa 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 Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa** 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 Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa**

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

Gestión de Proyectos

Tecnológicos en la Empresa

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

Grand Master de Formación Permanente

Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Empresa