

Grand Master de Formación Permanente

MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica

G M F P M B A I A I C



Grand Master de Formación Permanente

MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica

- » 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-mba-inteligencia-artificial-investigacion-clinica

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. 64

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 74

09

Dirección del curso

pág. 78

10

Impacto para tu carrera

pág. 98

11

Beneficios para tu empresa

pág. 102

12

Titulación

pág. 106

01

Bienvenida

La incursión de la Inteligencia Artificial en la Investigación Clínica está demostrando ser una herramienta potente para mejorar la eficacia de los procesos y la precisión de los resultados sanitarios. Tanto es así que la comunidad científica estima que esta disciplina tecnológica alcanzará una tasa de inversión anual del 29.97 millones de dólares durante los próximos años. Esto pone de manifiesto la importancia de que los profesionales dispongan de un sólido conocimiento sobre esta materia e incorporen a su práctica clínica los últimos avances que se produzcan para garantizar una atención médica fundamentada en la excelencia. Por ello, TECH desarrolla una titulación universitaria que se focalizará en los métodos y herramientas más innovadoras del Aprendizaje Automático para optimizar la Investigación Clínica.



MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica
TECH Universidad Tecnológica



“

Un programa universitario con el que te convertirás en el Investigador Clínico más destacado de tu entorno. ¡Liderarás proyectos que contribuirán al avance en la Medicina!”

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 multivideo 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

Este itinerario académico proporcionará al alumnado una base sólida relativa a los principios de la Inteligencia Artificial en Investigación Clínica. De ese modo, los egresados utilizarán las herramientas tecnológicas más innovadoras para mejorar la eficiencia y precisión en diversas áreas como el diagnóstico médico, ensayos clínicos o descubrimiento de fármacos. Igualmente, los profesionales desarrollarán habilidades para manejar algoritmos para predecir la progresión de las enfermedades y evaluar el riesgo de complicaciones médicas. Así pues, los profesionales tendrán a su alcance un amplio abanico de recursos para hacer frente a los desafíos que surjan en este campo de especialización.



“

Actualiza tus conocimientos en Autoencoders, GANs y modelos de difusión a través del innovador contenido multimedia que ofrece este programa”

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

El MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica capacitará al alumno para:

01

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

04

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

02

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

03

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

05

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



06

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

08

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

09

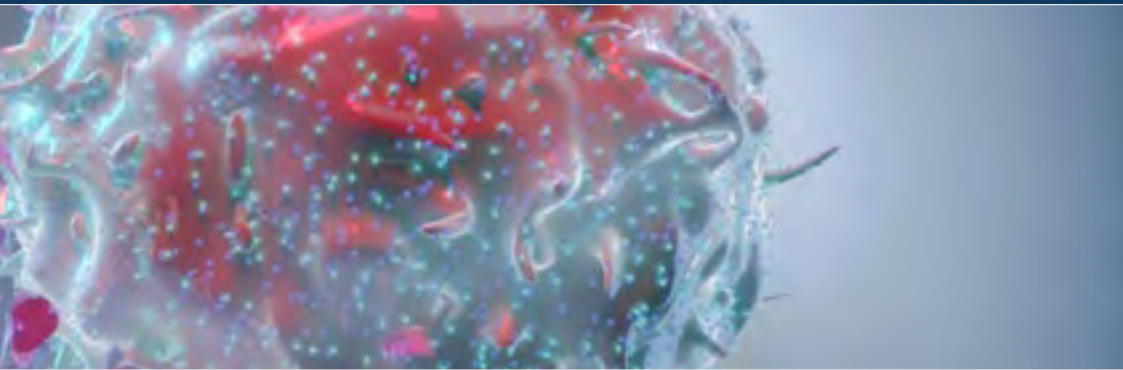
Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas

07

Delimitar la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos en favor de los beneficios de la empresa

10

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



11

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

14

Crear estrategias innovadoras acordes con los diferentes proyectos

12

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



13

Abordar los mecanismos de distribución de cargas de trabajo de recursos compartidos entre varios proyectos

15

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

16

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

18

Estudiar los distintos tipos de datos y comprender el ciclo de vida del dato

19

Evaluar el papel crucial del dato en el desarrollo e implementación de soluciones de Inteligencia Artificial

17

Comprender los fundamentos teóricos de la Inteligencia Artificial

20

Profundizar en algoritmia y complejidad para resolver problemas específicos



21

Explorar las bases teóricas de las redes neuronales para el desarrollo del *Deep Learning*

22

Analizar la computación bioinspirada y su relevancia en el desarrollo de sistemas inteligentes

23

Analizar estrategias actuales de la Inteligencia Artificial en diversos campos, identificando oportunidades y desafíos

24

Obtener una visión integral de la transformación de la Investigación Clínica a través de la IA, desde sus fundamentos históricos hasta las aplicaciones actuales

25

Aprender métodos efectivos para integrar datos heterogéneos en la Investigación Clínica, incluyendo procesamiento de lenguaje natural y visualización avanzada de datos



26

Adquirir conocimientos sólidos sobre la validación de modelos y simulaciones en el ámbito biomédico, explorando el uso de datasets sintéticos y aplicaciones prácticas de la IA en investigación de salud

28

Adquirir conocimientos especializados en áreas clave como personalización de terapias, medicina de precisión, diagnóstico asistido por IA y gestión de ensayos clínicos

29

Obtener conocimientos sólidos sobre los conceptos de *Big Data* en el ámbito clínico y familiarizarse con herramientas esenciales para su análisis

27

Comprender y aplicar tecnologías de secuenciación genómica, análisis de datos con IA y uso de IA en imágenes biomédicas

30

Profundizar en dilemas éticos, revisar consideraciones legales, explorar el impacto socioeconómico y futuro de la IA en salud, y promover la innovación y emprendimiento en el ámbito de la IA clínica



05

Competencias

Este Grand Master de Formación Permanente otorgará a los egresados nuevas destrezas prácticas para potenciar el diagnóstico asistido por Inteligencia Artificial. De este modo, los profesionales emplearán los algoritmos del Aprendizaje Automático y las técnicas de Procesamiento del Lenguaje Natural para ayudar a identificar patologías mediante datos clínicos, sintomatología de los pacientes o pruebas de laboratorios. Asimismo, los estudiantes diseñarán y ejecutarán ensayos clínicos basándose en metodologías propias de los Sistemas Inteligentes (como el análisis predictivo) para optimizar los procesos médicos. También personalizarán los tratamientos teniendo en cuenta aspectos como el historial médico, los factores genéticos y las preferencias de los pacientes.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos a tu disposición para ayudarte a alcanzar el éxito en tu carrera profesional”

01

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

04

Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

02

Aplicar las metodologías de gestión *Lean*



03

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

05

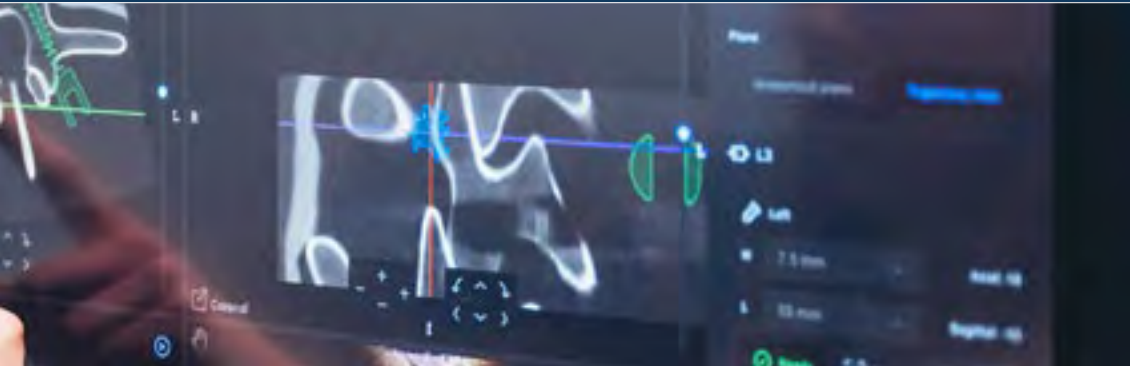
Manejar herramientas y métodos para la manipulación y mejor utilización del dato, para la entrega de resultados comprensibles para el receptor final

06

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

08

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



07

Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información

09

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

10

Elaborar y liderar planes de marketing

11

Desarrollar métricas de consecución de objetivos asociadas a una estrategia de marketing digital y analizarlas en cuadros de mandos digitales

14

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

12

Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa.



13

Liderar los diferentes proyectos de la empresa, a partir de definir cuando priorizar y retrasar su desarrollo dentro de una organización

15

Dominar técnicas de minería de datos, incluyendo la selección, preprocesamiento y transformación de datos complejos

16

Diseñar y desarrollar sistemas inteligentes capaces de aprender y adaptarse a entornos cambiantes

18

Emplear Autoencoders, GANs y Modelos de Difusión para resolver desafíos específicos en Inteligencia Artificial

19

Implementar una red codificador-decodificador para la traducción automática neuronal

17

Controlar herramientas de aprendizaje automático y su aplicación en minería de datos para la toma de decisiones

20

Aplicar los principios fundamentales de las redes neuronales en la resolución de problemas específicos



21

Usar herramientas, plataformas y técnicas de IA, abordando desde el análisis de datos hasta la aplicación de redes neuronales y modelado predictivo

24

Adquirir destrezas en la visualización avanzada y comunicación efectiva de datos complejos, con un enfoque en el desarrollo de herramientas basadas en IA

22

Aplicar modelos computacionales para simular procesos biológicos y respuestas a tratamientos, utilizando la IA para mejorar la comprensión de fenómenos biomédicos complejos



23

Enfrentar desafíos contemporáneos en el ámbito biomédico, incluyendo la gestión eficiente de ensayos clínicos y la aplicación de IA en inmunología

25

Aplicar las tecnologías de secuenciación genómica y análisis de datos con inteligencia IA

26

Ejecutar capas de agrupación y su utilización en modelos de *Deep Computer Vision* con Keras

28

Optimizar el desarrollo y aplicación de chatbots y asistentes virtuales, comprendiendo su funcionamiento y potenciales aplicaciones

29

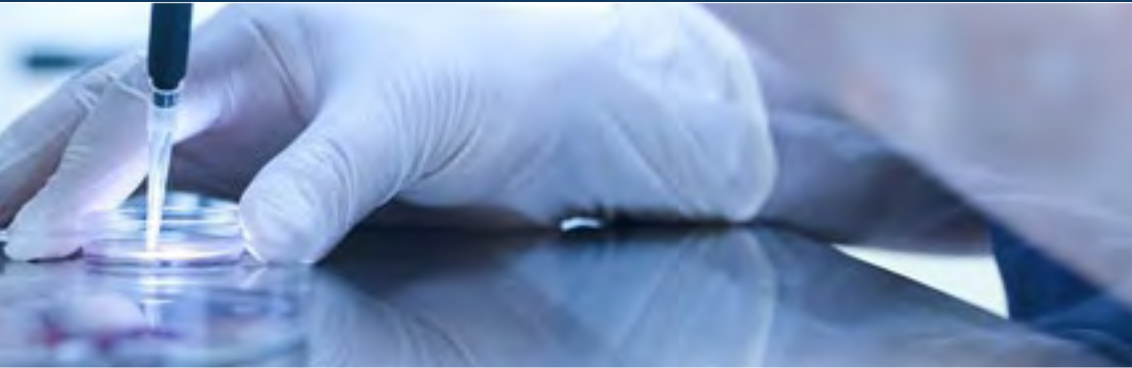
Dominar la reutilización de capas preentrenadas para optimizar y acelerar el proceso de entrenamiento

27

Utilizar funciones y gráficos de *TensorFlow* para optimizar el rendimiento de los modelos personalizados

30

Desarrollar las técnicas de limpieza de datos para garantizar la calidad y precisión de la información utilizada en análisis posteriores



06

Estructura y contenido

Por medio de esta capacitación universitaria, el alumnado tendrá una comprensión sólida de los principios de la Inteligencia Artificial y podrán integrar con eficacia sus herramientas a sus proyectos de Investigación Clínica. Para ello, el plan de estudio incluirá temas como los Sistemas Inteligentes, Algoritmia y Aprendizaje Automático. Esto permitirá a los egresados analizar grandes cantidades de datos médicos, que le servirán para tomar decisiones altamente informadas. Además, el programa incluirá módulos disruptivos que ahondarán en las Redes Neuronales, Personalización de Modelos o Procesamiento del Lenguaje Natural.



“

Esta titulación universitaria te permitirá ejercitarte en entornos simulados, que proporcionan un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales”

Plan de estudios

El MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

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

Este programa trata en profundidad las principales áreas de la Inteligencia Artificial y está diseñado para que los directivos entiendan su aplicación en Investigación Clínica desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

Este programa se desarrolla a lo largo de 15 meses y se divide en 30 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	Fundamentos de la Inteligencia Artificial
Módulo 12	Tipos y ciclo de vida del dato
Módulo 13	El dato en la Inteligencia Artificial
Módulo 14	Minería de Datos. Selección, preprocesamiento y transformación
Módulo 15	Algoritmia y complejidad en Inteligencia Artificial

Módulo 16	Sistemas Inteligentes
Módulo 17	Aprendizaje automático y minería de datos
Módulo 18	Las redes neuronales, base de <i>Deep Learning</i>
Módulo 19	Entrenamiento de redes neuronales profundas
Módulo 20	Personalización de Modelos y entrenamiento con <i>TensorFlow</i>
Módulo 21	<i>Deep Computer Vision</i> con Redes Neuronales Convolucionales
Módulo 22	Procesamiento del lenguaje natural (NLP) con Redes Naturales Recurrentes (RNN) y Atención
Módulo 23	Autoencoders, GANs, y Modelos de Difusión
Módulo 24	Computación Bioinspirada
Módulo 25	Inteligencia Artificial: estrategias y aplicaciones
Módulo 26	Métodos y Herramientas de IA para la Investigación Clínica
Módulo 27	Investigación Biomédica con IA
Módulo 28	Aplicación Práctica de IA en Investigación Clínica
Módulo 29	Análisis de <i>Big Data</i> y aprendizaje automático en Investigación Clínica
Módulo 30	Aspectos éticos, legales y futuro de la IA en Investigación Clínica

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica 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 RRHH

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

3.6. Gestión de recursos humanos por competencias

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

3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

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

3.8. Gestión de la formación

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

3.9. Gestión del talento

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

3.10. Innovación en gestión del talento y las personas

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

3.11. Motivación

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

3.12. Employer Branding

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

3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño

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

3.14. Desarrollo competencial directivo

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

3.15. Gestión del tiempo

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

3.16. Gestión del cambio

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

3.17. Negociación y gestión de conflictos

- 3.17.1 Negociación
- 3.17.2 Gestión de Conflictos
- 3.17.3 Gestión de Crisis

3.18. Comunicación directiva

- 3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 3.18.2. Departamentos de Comunicación
- 3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

3.19. Gestión de Recursos Humano y equipos PRL

- 3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos
- 3.19.2. Prevención de riesgos laborales

3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 3.20.1. La productividad
- 3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento

3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria

- 3.21.1. Compensación monetaria vs. no monetaria
- 3.21.2. Modelos de bandas salariales
- 3.21.3. Modelos de compensación no monetaria
- 3.21.4. Modelo de trabajo
- 3.21.5. Comunidad corporativa
- 3.21.6. Imagen de la empresa
- 3.21.7. Salario emocional

3.22. Innovación en gestión del talento y las personas II

- 3.22.1. Innovación en las Organizaciones
- 3.22.2. Nuevos retos del departamento de Recursos Humanos
- 3.22.3. Gestión de la Innovación
- 3.22.4. Herramientas para la Innovación

3.23. Gestión del conocimiento y del talento

- 3.23.1. Gestión del conocimiento y del talento
- 3.23.2. Implementación de la gestión del conocimiento

3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital

- 3.24.1. El contexto socioeconómico
- 3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial
- 3.24.3. Nuevas metodologías

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno Económico

- 4.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 4.1.2. Instituciones financieras
- 4.1.3. Mercados financieros
- 4.1.4. Activos financieros
- 4.1.5. Otros entes del sector financiero

4.2. La financiación de la empresa

- 4.2.1. Fuentes de financiación
- 4.2.2. Tipos de costes de financiación

4.3. Contabilidad Directiva

- 4.3.1. Conceptos básicos
- 4.3.2. El Activo de la empresa
- 4.3.3. El Pasivo de la empresa
- 4.3.4. El Patrimonio Neto de la empresa
- 4.3.5. La Cuenta de Resultados

4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes

- 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
- 4.4.2. El gasto en contabilidad general y en contabilidad de costes
- 4.4.3. Clasificación de los costes

4.5. Sistemas de información y Business Intelligence

- 4.5.1. Fundamentos y clasificación
- 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto

4.6. Presupuesto y Control de Gestión

- 4.6.1. El modelo presupuestario
- 4.6.2. El Presupuesto de Capital
- 4.6.3. La Presupuesto de Explotación
- 4.6.5. El Presupuesto de Tesorería
- 4.6.6. Seguimiento del Presupuesto

4.7. Gestión de tesorería

- 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
- 4.7.2. Cálculo de Necesidades Operativas de Fondos
- 4.7.3. Credit management

4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas

- 4.8.1. Conceptos tributarios básicos
- 4.8.2. El impuesto de sociedades
- 4.8.3. El impuesto sobre el valor añadido
- 4.8.4. Otros impuestos relacionados con la actividad mercantil
- 4.8.5. La empresa como facilitador de la labor del Estado

4.9. Sistemas de control de las empresas

- 4.9.1. Análisis de los estados financieros
- 4.9.2. El Balance de la empresa
- 4.9.3. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 4.9.4. El Estado de Flujos de Efectivo
- 4.9.5. Análisis de Ratios

4.10. Dirección Financiera

- 4.10.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 4.10.2. El departamento financiero
- 4.10.3. Excedentes de tesorería
- 4.10.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 4.10.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

4.11. Planificación Financiera

- 4.11.1. Definición de la planificación financiera
- 4.11.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 4.11.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 4.11.4. El cuadro *Cash Flow*
- 4.11.5. El cuadro de circulante

4.12. Estrategia Financiera Corporativa

- 4.12.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 4.12.2. Productos financieros de financiación empresarial

4.13. Contexto Macroeconómico

- 4.13.1. Contexto macroeconómico
- 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
- 4.13.3. Mecanismos para el control de magnitudes macroeconómicas
- 4.13.4. Los ciclos económicos

4.14. Financiación Estratégica

- 4.14.1. La autofinanciación
- 4.14.2. Ampliación de fondos propios
- 4.14.3. Recursos Híbridos
- 4.14.4. Financiación a través de intermediarios

4.15. Mercados monetarios y de capitales

- 4.15.1. El Mercado Monetario
- 4.15.2. El Mercado de Renta Fija
- 4.15.3. El Mercado de Renta Variable
- 4.15.4. El Mercado de Divisas
- 4.15.5. El Mercado de Derivados

4.16. Análisis y planificación financiera

- 4.16.1. Análisis del Balance de Situación
- 4.16.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 4.16.3. Análisis de la Rentabilidad

4.17. Análisis y resolución de casos/problemas

- 4.17.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección y Gestión de Operaciones

- 5.1.1. La función de las operaciones
- 5.1.2. El impacto de las operaciones en la gestión de las empresas
- 5.1.3. Introducción a la estrategia de Operaciones
- 5.1.4. La dirección de Operaciones

5.2. Organización industrial y logística

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

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

- 5.3.1. Sistema de producción
- 5.3.2. Estrategia de producción
- 5.3.3. Sistema de gestión de inventario
- 5.3.4. Indicadores de producción

5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento

- 5.4.1. Función del aprovisionamiento
- 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
- 5.4.3. Tipos de compras
- 5.4.4. Gestión de compras de una empresa de forma eficiente
- 5.4.5. Etapas del proceso de decisión de la compra

5.5. Control económico de compras

- 5.5.1. Influencia económica de las compras
- 5.5.2. Centro de costes
- 5.5.3. Presupuestación
- 5.5.4. Presupuestación vs gasto real
- 5.5.5. Herramientas de control presupuestario

5.6. Control de las operaciones de almacén

- 5.6.1. Control de inventario
- 5.6.2. Sistema de ubicación
- 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
- 5.6.4. Sistema de almacenamiento

5.7. Gestión estratégica de compras

- 5.7.1. Estrategia empresarial
- 5.7.2. Planeación estratégica
- 5.7.3. Estrategia de compras

5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)

- 5.8.1. Cadena de suministro
- 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena suministro
- 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro

<p>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 operación 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. Branding online 	

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

8.1. Investigación de Mercados

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

8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas

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

8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas

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

8.4. Segmentación de mercados

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

8.5. Gestión de proyectos de investigación

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

8.6. La investigación de mercados internacionales

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

8.7. Los estudios de viabilidad

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

8.8. Publicidad

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

8.9. Desarrollo del plan de Marketing

- 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
- 8.9.2. Análisis y 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. Fundamentos de la Inteligencia Artificial**11.1. Historia de la Inteligencia artificial**

- 11.1.1. ¿Cuándo se empieza a hablar de Inteligencia Artificial?
- 11.1.2. Referentes en el cine
- 11.1.3. Importancia de la inteligencia artificial
- 11.1.4. Tecnologías que habilitan y dan soporte a la Inteligencia Artificial

11.2. La Inteligencia Artificial en juegos

- 11.2.1. Teoría de Juegos
- 11.2.2. *Minimax* y poda Alfa-Beta
- 11.2.3. Simulación: Monte Carlo

11.3. Redes de neuronas

- 11.3.1. Fundamentos biológicos
- 11.3.2. Modelo computacional
- 11.3.3. Redes de neuronas supervisadas y no supervisadas
- 11.3.4. Perceptrón simple
- 11.3.5. Perceptrón multicapa

11.4. Algoritmos genéticos

- 11.4.1. Historia
- 11.4.2. Base biológica
- 11.4.3. Codificación de problemas
- 11.4.4. Generación de la población inicial
- 11.4.5. Algoritmo principal y operadores genéticos
- 11.4.6. Evaluación de individuos: Fitness

11.5. Tesoros, vocabularios, taxonomías

- 11.5.1. Vocabularios
- 11.5.2. Taxonomías
- 11.5.3. Tesoros
- 11.5.4. Ontologías
- 11.5.5. Representación del conocimiento: Web semántica

11.6. Web semántica

- 11.6.1. Especificaciones: RDF, RDFS y OWL
- 11.6.2. Inferencia/razonamiento
- 11.6.3. *Linked Data*

11.7. Sistemas expertos y DSS

- 11.7.1. Sistemas expertos
- 11.7.2. Sistemas de soporte a la decisión

11.8. Chatbots y asistentes virtuales

- 11.8.1. Tipos de asistentes: Asistentes por voz y por texto
- 11.8.2. Partes fundamentales para el desarrollo de un asistente: Intents, entidades y flujo de diálogo
- 11.8.3. Integraciones: Web, *Slack*, Whatsapp, Facebook
- 11.8.4. Herramientas de desarrollo de asistentes: *Dialog Flow*, *Watson Assistant*

11.9. Estrategia de implantación de IA**11.10. Futuro de la inteligencia artificial**

- 11.10.1. Entendemos cómo detectar emociones mediante algoritmos
- 11.10.2. Creación de una personalidad: Lenguaje, expresiones y contenido
- 11.10.3. Tendencias de la inteligencia artificial
- 11.10.4. Reflexiones

Módulo 12. Tipos y ciclo de vida del dato

12.1. La estadística

- 12.1.1. Estadística: Estadística descriptiva, estadística inferencias
- 12.1.2. Población, muestra, individuo
- 12.1.3. Variables: Definición, escalas de medida

12.2. Tipos de datos estadísticos

- 12.2.1. Según tipo
 - 12.2.1.1. Cuantitativos: Datos continuos y datos discretos
 - 12.2.1.2. Cualitativos: Datos binomiales, datos nominales y datos ordinales
- 12.2.2. Según su forma
 - 12.2.2.1. Numérico
 - 12.2.2.2. Texto
 - 12.2.2.3. Lógico
- 12.2.3. Según su fuente
 - 12.2.3.1. Primarios
 - 12.2.3.2. Secundarios

12.3. Ciclo de vida de los datos

- 12.3.1. Etapas del ciclo
- 12.3.2. Hitos del ciclo
- 12.3.3. Principios FAIR

12.4. Etapas iniciales del ciclo

- 12.4.1. Definición de metas
- 12.4.2. Determinación de recursos necesarios
- 12.4.3. Diagrama de Gantt
- 12.4.4. Estructura de los datos

12.5. Recolección de datos

- 12.5.1. Metodología de recolección
- 12.5.2. Herramientas de recolección
- 12.5.3. Canales de recolección

12.6. Limpieza del dato

- 12.6.1. Fases de la limpieza de datos
- 12.6.2. Calidad del dato
- 12.6.3. Manipulación de datos (con R)

12.7. Análisis de datos, interpretación y valoración de resultados

- 12.7.1. Medidas estadísticas
- 12.7.2. Índices de relación
- 12.7.3. Minería de datos

12.8. Almacén del dato (*Datawarehouse*)

- 12.8.1. Elementos que lo integran
- 12.8.2. Diseño
- 12.8.3. Aspectos a considerar

12.9. Disponibilidad del dato

- 12.9.1. Acceso
- 12.9.2. Utilidad
- 12.9.3. Seguridad

12.10. Aspectos Normativos

- 12.10.1. Ley de protección de datos
- 12.10.2. Buenas prácticas
- 12.10.3. Otros aspectos normativos

Módulo 13. El dato en la Inteligencia Artificial**13.1. Ciencia de datos**

- 13.1.1. La ciencia de datos
- 13.1.2. Herramientas avanzadas para el científico de datos

13.2. Datos, información y conocimiento

- 13.2.1. Datos, información y conocimiento
- 13.2.2. Tipos de datos
- 13.2.3. Fuentes de datos

13.3. De los datos a la información

- 13.3.1. Análisis de Datos
- 13.3.2. Tipos de análisis
- 13.3.3. Extracción de información de un *Dataset*

13.4. Extracción de información mediante visualización

- 13.4.1. La visualización como herramienta de análisis
- 13.4.2. Métodos de visualización
- 13.4.3. Visualización de un conjunto de datos

13.5. Calidad de los datos

- 13.5.1. Datos de calidad
- 13.5.2. Limpieza de datos
- 13.5.3. Preprocesamiento básico de datos

13.6. Dataset

- 13.6.1. Enriquecimiento del *Dataset*
- 13.6.2. La maldición de la dimensionalidad
- 13.6.3. Modificación de nuestro conjunto de datos

13.7. Desbalanceo

- 13.7.1. Desbalanceo de clases
- 13.7.2. Técnicas de mitigación del desbalanceo
- 13.7.3. Balanceo de un *Dataset*

13.8. Modelos no supervisados

- 13.8.1. Modelo no supervisado
- 13.8.2. Métodos
- 13.8.3. Clasificación con modelos no supervisados

13.9. Modelos supervisados

- 13.9.1. Modelo supervisado
- 13.9.2. Métodos
- 13.9.3. Clasificación con modelos supervisados

13.10. Herramientas y buenas prácticas

- 13.10.1. Buenas prácticas para un científico de datos
- 13.10.2. El mejor modelo
- 13.10.3. Herramientas útiles

Módulo 14. Minería de datos. Selección, preprocesamiento y transformación**14.1. La inferencia estadística**

- 14.1.1. Estadística descriptiva vs Inferencia estadística
- 14.1.2. Procedimientos paramétricos
- 14.1.3. Procedimientos no paramétricos

14.2. Análisis exploratorio

- 14.2.1. Análisis descriptivo
- 14.2.2. Visualización
- 14.2.3. Preparación de datos

14.3. Preparación de datos

- 14.3.1. Integración y limpieza de datos
- 14.3.2. Normalización de datos
- 14.3.3. Transformando atributos

14.4. Los valores perdidos

- 14.4.1. Tratamiento de valores perdidos
- 14.4.2. Métodos de imputación de máxima verosimilitud
- 14.4.3. Imputación de valores perdidos usando aprendizaje automático

14.5. El ruido en los datos

- 14.5.1. Clases de ruido y atributos
- 14.5.2. Filtrado de ruido
- 14.5.3. El efecto del ruido

14.6. La maldición de la dimensionalidad

- 14.6.1. *Oversampling*
- 14.6.2. *Undersampling*
- 14.6.3. Reducción de datos multidimensionales

14.7. De atributos continuos a discretos

- 14.7.1. Datos continuos versus discretos
- 14.7.2. Proceso de discretización

14.8. Los datos

- 14.8.1. Selección de datos
- 14.8.2. Perspectivas y criterios de selección
- 14.8.3. Métodos de selección

14.9. Selección de instancias

- 14.9.1. Métodos para la selección de instancias
- 14.9.2. Selección de prototipos
- 14.9.3. Métodos avanzados para la selección de instancias

14.10. Preprocesamiento de datos en entornos *Big Data*

Módulo 15. Algoritmia y complejidad en Inteligencia Artificial

15.1. Introducción a las estrategias de diseño de algoritmos

- 15.1.1. Recursividad
- 15.1.2. Divide y conquista
- 15.1.3. Otras estrategias

15.2. Eficiencia y análisis de los algoritmos

- 15.2.1. Medidas de eficiencia
- 15.2.2. Medir el tamaño de la entrada
- 15.2.3. Medir el tiempo de ejecución
- 15.2.4. Caso peor, mejor y medio
- 15.2.5. Notación asintótica
- 15.2.6. Criterios de análisis matemático de algoritmos no recursivos
- 15.2.7. Análisis matemático de algoritmos recursivos
- 15.2.8. Análisis empírico de algoritmos

15.3. Algoritmos de ordenación

- 15.3.1. Concepto de ordenación
- 15.3.2. Ordenación de la burbuja
- 15.3.3. Ordenación por selección
- 15.3.4. Ordenación por inserción
- 15.3.5. Ordenación por mezcla (*Merge_Sort*)
- 15.3.6. Ordenación rápida (*Quick_Sort*)

15.4. Algoritmos con árboles

- 15.4.1. Concepto de árbol
- 15.4.2. Árboles binarios
- 15.4.3. Recorridos de árbol
- 15.4.4. Representar expresiones
- 15.4.5. Árboles binarios ordenados
- 15.4.6. Árboles binarios balanceados

15.5. Algoritmos con *Heaps*

- 15.5.1. Los *Heaps*
- 15.5.2. El algoritmo *Heapsort*
- 15.5.3. Las colas de prioridad

15.6. Algoritmos con grafos

- 15.6.1. Representación
- 15.6.2. Recorrido en anchura
- 15.6.3. Recorrido en profundidad
- 15.6.4. Ordenación topológica

15.7. Algoritmos *Greedy*

- 15.7.1. La estrategia *Greedy*
- 15.7.2. Elementos de la estrategia *Greedy*
- 15.7.3. Cambio de monedas
- 15.7.4. Problema del viajante
- 15.7.5. Problema de la mochila

15.8. Búsqueda de caminos mínimos

- 15.8.1. El problema del camino mínimo
- 15.8.2. Arcos negativos y ciclos
- 15.8.3. Algoritmo de Dijkstra

15.9. Algoritmos *Greedy* sobre grafos

- 15.9.1. El árbol de recubrimiento mínimo
- 15.9.2. El algoritmo de Prim
- 15.9.3. El algoritmo de Kruskal
- 15.9.4. Análisis de complejidad

15.10. *Backtracking*

- 15.10.1. El *Backtracking*
- 15.10.2. Técnicas alternativas

Módulo 16. Sistemas inteligentes**16.1. Teoría de agentes**

- 16.1.1. Historia del concepto
- 16.1.2. Definición de agente
- 16.1.3. Agentes en Inteligencia Artificial
- 16.1.4. Agentes en ingeniería de software

16.2. Arquitecturas de agentes

- 16.2.1. El proceso de razonamiento de un agente
- 16.2.2. Agentes reactivos
- 16.2.3. Agentes deductivos
- 16.2.4. Agentes híbridos
- 16.2.5. Comparativa

16.3. Información y conocimiento

- 16.3.1. Distinción entre datos, información y conocimiento
- 16.3.2. Evaluación de la calidad de los datos
- 16.3.3. Métodos de captura de datos
- 16.3.4. Métodos de adquisición de información
- 16.3.5. Métodos de adquisición de conocimiento

16.4. Representación del conocimiento

- 16.4.1. La importancia de la representación del conocimiento
- 16.4.2. Definición de representación del conocimiento a través de sus roles
- 16.4.3. Características de una representación del conocimiento

16.5. Ontologías

- 16.5.1. Introducción a los metadatos
- 16.5.2. Concepto filosófico de ontología
- 16.5.3. Concepto informático de ontología
- 16.5.4. Ontologías de dominio y ontologías de nivel superior
- 16.5.5. ¿Cómo construir una ontología?

16.6. Lenguajes para ontologías y software para la creación de ontologías

- 16.6.1. Tripletas RDF, *Turtle* y N
- 16.6.2. RDF *Schema*
- 16.6.3. OWL
- 16.6.4. SPARQL
- 16.6.5. Introducción a las diferentes herramientas para la creación de ontologías
- 16.6.6. Instalación y uso de *Protégé*

16.7. La web semántica

- 16.7.1. El estado actual y futuro de la web semántica
- 16.7.2. Aplicaciones de la web semántica

16.8. Otros modelos de representación del conocimiento

- 16.8.1. Vocabularios
- 16.8.2. Visión global
- 16.8.3. Taxonomías
- 16.8.4. Tesoros
- 16.8.5. Folksonomías
- 16.8.6. Comparativa
- 16.8.7. Mapas mentales

16.9. Evaluación e integración de representaciones del conocimiento

- 16.9.1. Lógica de orden cero
- 16.9.2. Lógica de primer orden
- 16.9.3. Lógica descriptiva
- 16.9.4. Relación entre diferentes tipos de lógica
- 16.9.5. *Prolog*: Programación basada en lógica de primer orden

16.10. Razonadores semánticos, sistemas basados en conocimiento y Sistemas Expertos

- 16.10.1. Concepto de razonador
- 16.10.2. Aplicaciones de un razonador
- 16.10.3. Sistemas basados en el conocimiento
- 16.10.4. MYCIN, historia de los Sistemas Expertos
- 16.10.5. Elementos y Arquitectura de Sistemas Expertos
- 16.10.6. Creación de Sistemas Expertos

Módulo 17. Aprendizaje automático y minería de datos

17.1. Introducción a los procesos de descubrimiento del conocimiento y conceptos básicos de aprendizaje automático

- 17.1.1. Conceptos clave de los procesos de descubrimiento del conocimiento
- 17.1.2. Perspectiva histórica de los procesos de descubrimiento del conocimiento
- 17.1.3. Etapas de los procesos de descubrimiento del conocimiento
- 17.1.4. Técnicas utilizadas en los procesos de descubrimiento del conocimiento
- 17.1.5. Características de los buenos modelos de aprendizaje automático
- 17.1.6. Tipos de información de aprendizaje automático
- 17.1.7. Conceptos básicos de aprendizaje
- 17.1.8. Conceptos básicos de aprendizaje no supervisado

17.2. Exploración y preprocesamiento de datos

- 17.2.1. Tratamiento de datos
- 17.2.2. Tratamiento de datos en el flujo de análisis de datos
- 17.2.3. Tipos de datos
- 17.2.4. Transformaciones de datos
- 17.2.5. Visualización y exploración de variables continuas
- 17.2.6. Visualización y exploración de variables categóricas
- 17.2.7. Medidas de correlación
- 17.2.8. Representaciones gráficas más habituales
- 17.2.9. Introducción al análisis multivariante y a la reducción de dimensiones

17.3. Árboles de decisión

- 17.3.1. Algoritmo ID
- 17.3.2. Algoritmo C
- 17.3.3. Sobreentrenamiento y poda
- 17.3.4. Análisis de resultados

17.4. Evaluación de clasificadores

- 17.4.1. Matrices de confusión
- 17.4.2. Matrices de evaluación numérica
- 17.4.3. Estadístico de Kappa
- 17.4.4. La curva ROC

17.5. Reglas de clasificación

- 17.5.1. Medidas de evaluación de reglas
- 17.5.2. Introducción a la representación gráfica
- 17.5.3. Algoritmo de recubrimiento secuencial

17.6. Redes neuronales

- 17.6.1. Conceptos básicos
- 17.6.2. Redes de neuronas simples
- 17.6.3. Algoritmo de *Backpropagation*
- 17.6.4. Introducción a las redes neuronales recurrentes

17.7. Métodos bayesianos

- 17.7.1. Conceptos básicos de probabilidad
- 17.7.2. Teorema de Bayes
- 17.7.3. Naive Bayes
- 17.7.4. Introducción a las redes bayesianas

17.8. Modelos de regresión y de respuesta continua

- 17.8.1. Regresión lineal simple
- 17.8.2. Regresión lineal múltiple
- 17.8.3. Regresión logística
- 17.8.4. Árboles de regresión
- 17.8.5. Introducción a las máquinas de soporte vectorial (SVM)
- 17.8.6. Medidas de bondad de ajuste

17.9. Clustering

- 17.9.1. Conceptos básicos
- 17.9.2. *Clustering* jerárquico
- 17.9.3. Métodos probabilistas
- 17.9.4. Algoritmo EM
- 17.9.5. Método *B-Cubed*
- 17.9.6. Métodos implícitos

17.10. Minería de textos y procesamiento de lenguaje natural (NLP)

- 17.10.1. Conceptos básicos
- 17.10.2. Creación del corpus
- 17.10.3. Análisis descriptivo
- 17.10.4. Introducción al análisis de sentimientos

Módulo 18. Las redes neuronales, base de *Deep Learning***18.1. Aprendizaje profundo**

- 18.1.1. Tipos de aprendizaje profundo
- 18.1.2. Aplicaciones del aprendizaje profundo
- 18.1.3. Ventajas y desventajas del aprendizaje profundo

18.2. Operaciones

- 18.2.1. Suma
- 18.2.2. Producto
- 18.2.3. Traslado

18.3. Capas

- 18.3.1. Capa de entrada
- 18.3.2. Capa oculta
- 18.3.3. Capa de salida

18.4. Unión de capas y operaciones

- 18.4.1. Diseño de arquitecturas
- 18.4.2. Conexión entre capas
- 18.4.3. Propagación hacia adelante

18.5. Construcción de la primera red neuronal

- 18.5.1. Diseño de la red
- 18.5.2. Establecer los pesos
- 18.5.3. Entrenamiento de la red

18.6. Entrenador y optimizador

- 18.6.1. Selección del optimizador
- 18.6.2. Establecimiento de una función de pérdida
- 18.6.3. Establecimiento de una métrica

18.7. Aplicación de los Principios de las Redes Neuronales

- 18.7.1. Funciones de activación
- 18.7.2. Propagación hacia atrás
- 18.7.3. Ajuste de los parámetros

18.8. De las neuronas biológicas a las artificiales

- 18.8.1. Funcionamiento de una neurona biológica
- 18.8.2. Transferencia de conocimiento a las neuronas artificiales
- 18.8.3. Establecer relaciones entre ambas

18.9. Implementación de MLP (Perceptrón Multicapa) con Keras

- 18.9.1. Definición de la estructura de la red
- 18.9.2. Compilación del modelo
- 18.9.3. Entrenamiento del modelo

18.10. Hiperparámetros de *Fine tuning* de Redes Neuronales

- 18.10.1. Selección de la función de activación
- 18.10.2. Establecer el *Learning rate*
- 18.10.3. Ajuste de los pesos

Módulo 19. Entrenamiento de redes neuronales profundas

19.1. Problemas de Gradientes

- 19.1.1. Técnicas de optimización de gradiente
- 19.1.2. Gradientes Estocásticos
- 19.1.3. Técnicas de inicialización de pesos

19.2. Reutilización de capas preentrenadas

- 19.2.1. Entrenamiento de transferencia de aprendizaje
- 19.2.2. Extracción de características
- 19.2.3. Aprendizaje profundo

19.3. Optimizadores

- 19.3.1. Optimizadores de descenso de gradiente estocástico
- 19.3.2. Optimizadores Adam y *RMSprop*
- 19.3.3. Optimizadores de momento

19.4. Programación de la tasa de aprendizaje

- 19.4.1. Control de tasa de aprendizaje automático
- 19.4.2. Ciclos de aprendizaje
- 19.4.3. Términos de suavizado

19.5. Sobreajuste

- 19.5.1. Validación cruzada
- 19.5.2. Regularización
- 19.5.3. Métricas de evaluación

19.6. Directrices prácticas

- 19.6.1. Diseño de modelos
- 19.6.2. Selección de métricas y parámetros de evaluación
- 19.6.3. Pruebas de hipótesis

19.7. *Transfer Learning*

- 19.7.1. Entrenamiento de transferencia de aprendizaje
- 19.7.2. Extracción de características
- 19.7.3. Aprendizaje profundo

19.8. *Data Augmentation*

- 19.8.1. Transformaciones de imagen
- 19.8.2. Generación de datos sintéticos
- 19.8.3. Transformación de texto

19.9. Aplicación Práctica de *Transfer Learning*

- 19.9.1. Entrenamiento de transferencia de aprendizaje
- 19.9.2. Extracción de características
- 19.9.3. Aprendizaje profundo

19.10. Regularización

- 19.10.1. L y L
- 19.10.2. Regularización por máxima entropía
- 19.10.3. *Dropout*

Módulo 20. Personalización de Modelos y entrenamiento con *TensorFlow***20.1. TensorFlow**

- 20.1.1. Uso de la biblioteca *TensorFlow*
- 20.1.2. Entrenamiento de modelos con *TensorFlow*
- 20.1.3. Operaciones con gráficos en *TensorFlow*

20.2. TensorFlow y NumPy

- 20.2.1. Entorno computacional NumPy para *TensorFlow*
- 20.2.2. Utilización de los arrays NumPy con *TensorFlow*
- 20.2.3. Operaciones NumPy para los gráficos de *TensorFlow*

20.3. Personalización de modelos y algoritmos de entrenamiento

- 20.3.1. Construcción de modelos personalizados con *TensorFlow*
- 20.3.2. Gestión de parámetros de entrenamiento
- 20.3.3. Utilización de técnicas de optimización para el entrenamiento

20.4. Funciones y gráficos de TensorFlow

- 20.4.1. Funciones con *TensorFlow*
- 20.4.2. Utilización de gráficos para el entrenamiento de modelos
- 20.4.3. Optimización de gráficos con operaciones de *TensorFlow*

20.5. Carga y preprocesamiento de datos con TensorFlow

- 20.5.1. Carga de conjuntos de datos con *TensorFlow*
- 20.5.2. Preprocesamiento de datos con *TensorFlow*
- 20.5.3. Utilización de herramientas de *TensorFlow* para la manipulación de datos

20.6. La API tfdata

- 20.6.1. Utilización de la API *tfdata* para el procesamiento de datos
- 20.6.2. Construcción de flujos de datos con *tfdata*
- 20.6.3. Uso de la API *tfdata* para el entrenamiento de modelos

20.7. El formato TFRecord

- 20.7.1. Utilización de la API *TFRecord* para la serialización de datos
- 20.7.2. Carga de archivos *TFRecord* con *TensorFlow*
- 20.7.3. Utilización de archivos *TFRecord* para el entrenamiento de modelos

20.8. Capas de preprocesamiento de Keras

- 20.8.1. Utilización de la API de preprocesamiento de Keras
- 20.8.2. Construcción de *pipelined* de preprocesamiento con Keras
- 20.8.3. Uso de la API de preprocesamiento de Keras para el entrenamiento de modelos

20.9. El proyecto TensorFlow Datasets

- 20.9.1. Utilización de *TensorFlow Datasets* para la carga de datos
- 20.9.2. Preprocesamiento de datos con *TensorFlow Datasets*
- 20.9.3. Uso de *TensorFlow Datasets* para el entrenamiento de modelos

20.10. Construcción de una Aplicación de Deep Learning con TensorFlow

- 20.10.1. Aplicación práctica
- 20.10.2. Construcción de una aplicación de *Deep Learning* con *TensorFlow*
- 20.10.3. Entrenamiento de un modelo con *TensorFlow*
- 20.10.4. Utilización de la aplicación para la predicción de resultados

Módulo 21. *Deep Computer Vision* con Redes Neuronales Convolucionales

21.1. La Arquitectura *Visual Cortex*

- 21.1.1. Funciones de la corteza visual
- 21.1.2. Teorías de la visión computacional
- 21.1.3. Modelos de procesamiento de imágenes

21.2. Capas convolucionales

- 21.2.1. Reutilización de pesos en la convolución
- 21.2.2. Convolución D
- 21.2.3. Funciones de activación

21.3. Capas de agrupación e implementación de capas de agrupación con Keras

- 21.3.1. *Pooling* y *Striding*
- 21.3.2. *Flattening*
- 21.3.3. Tipos de *Pooling*

21.4. Arquitecturas CNN

- 21.4.1. Arquitectura VGG
- 21.4.2. Arquitectura *AlexNet*
- 21.4.3. Arquitectura *ResNet*

21.5. Implementación de una CNN *ResNet* usando Keras

- 21.5.1. Inicialización de pesos
- 21.5.2. Definición de la capa de entrada
- 21.5.3. Definición de la salida

21.6. Uso de modelos preentrenados de Keras

- 21.6.1. Características de los modelos preentrenados
- 21.6.2. Usos de los modelos preentrenados
- 21.6.3. Ventajas de los modelos preentrenados

21.7. Modelos preentrenados para el aprendizaje por transferencia

- 21.7.1. El aprendizaje por transferencia
- 21.7.2. Proceso de aprendizaje por transferencia
- 21.7.3. Ventajas del aprendizaje por transferencia

21.8. Clasificación y localización en *Deep Computer Vision*

- 21.8.1. Clasificación de imágenes
- 21.8.2. Localización de objetos en imágenes
- 21.8.3. Detección de objetos

21.9. Detección de objetos y seguimiento de objetos

- 21.9.1. Métodos de detección de objetos
- 21.9.2. Algoritmos de seguimiento de objetos
- 21.9.3. Técnicas de rastreo y localización

21.10. Segmentación semántica

- 21.10.1. Aprendizaje profundo para segmentación semántica
- 21.10.1. Detección de bordes
- 21.10.1. Métodos de segmentación basados en reglas

Módulo 22. Procesamiento del lenguaje natural (NLP) con Redes Naturales Recurrentes (RNN) y atención**22.1. Generación de texto utilizando RNN**

- 22.1.1. Entrenamiento de una RNN para generación de texto
- 22.1.2. Generación de lenguaje natural con RNN
- 22.1.3. Aplicaciones de generación de texto con RNN

22.2. Creación del conjunto de datos de entrenamiento

- 22.2.1. Preparación de los datos para el entrenamiento de una RNN
- 22.2.2. Almacenamiento del conjunto de datos de entrenamiento
- 22.2.3. Limpieza y transformación de los datos
- 22.2.4. Análisis de Sentimiento

22.3. Clasificación de opiniones con RNN

- 22.3.1. Detección de temas en los comentarios
- 22.3.2. Análisis de sentimiento con algoritmos de aprendizaje profundo

22.4. Red de codificador-decodificador para la traducción automática neuronal

- 22.4.1. Entrenamiento de una RNN para la traducción automática
- 22.4.2. Uso de una red *encoder-decoder* para la traducción automática
- 22.4.3. Mejora de la precisión de la traducción automática con RNN

22.5. Mecanismos de atención

- 22.5.1. Aplicación de mecanismos de atención en RNN
- 22.5.2. Uso de mecanismos de atención para mejorar la precisión de los modelos
- 22.5.3. Ventajas de los mecanismos de atención en las redes neuronales

22.6. Modelos *Transformers*

- 22.6.1. Uso de los modelos *Transformers* para procesamiento de lenguaje natural
- 22.6.2. Aplicación de los modelos *Transformers* para visión
- 22.6.3. Ventajas de los modelos *Transformers*

22.7. *Transformers* para visión

- 22.7.1. Uso de los modelos *Transformers* para visión
- 22.7.2. Preprocesamiento de los datos de imagen
- 22.7.3. Entrenamiento de un modelo *Transformers* para visión

22.8. Librería de *Transformers* de *Hugging Face*

- 22.8.1. Uso de la librería de *Transformers* de *Hugging Face*
- 22.8.2. Aplicación de la librería de *Transformers* de *Hugging Face*
- 22.8.3. Ventajas de la librería de *Transformers* de *Hugging Face*

22.9. Otras Librerías de *Transformers*. Comparativa

- 22.9.1. Comparación entre las distintas librerías de *Transformers*
- 22.9.2. Uso de las demás librerías de *Transformers*
- 22.9.3. Ventajas de las demás librerías de *Transformers*

22.10. Desarrollo de una Aplicación de NLP con RNN y Atención. Aplicación práctica

- 22.10.1. Desarrollo de una aplicación de procesamiento de lenguaje natural con RNN y atención
- 22.10.2. Uso de RNN, mecanismos de atención y modelos *Transformers* en la aplicación
- 22.10.3. Evaluación de la aplicación práctica

Módulo 23. Autoencoders, GANs y modelos de difusión

23.1. Representaciones de datos eficientes

- 23.1.1. Reducción de dimensionalidad
- 23.1.2. Aprendizaje profundo
- 23.1.3. Representaciones compactas

23.2. Realización de PCA con un codificador automático lineal incompleto

- 23.2.1. Proceso de entrenamiento
- 23.2.2. Implementación en Python
- 23.2.3. Utilización de datos de prueba

23.3. Codificadores automáticos apilados

- 23.3.1. Redes neuronales profundas
- 23.3.2. Construcción de arquitecturas de codificación
- 23.3.3. Uso de la regularización

23.4. Autocodificadores convolucionales

- 23.4.1. Diseño de modelos convolucionales
- 23.4.2. Entrenamiento de modelos convolucionales
- 23.4.3. Evaluación de los resultados

23.5. Eliminación de ruido de codificadores automáticos

- 23.5.1. Aplicación de filtros
- 23.5.2. Diseño de modelos de codificación
- 23.5.3. Uso de técnicas de regularización

23.6. Codificadores automáticos dispersos

- 23.6.1. Incrementar la eficiencia de la codificación
- 23.6.2. Minimizando el número de parámetros
- 23.6.3. Utilización de técnicas de regularización

23.7. Codificadores automáticos variacionales

- 23.7.1. Utilización de optimización variacional
- 23.7.2. Aprendizaje profundo no supervisado
- 23.7.3. Representaciones latentes profundas

23.8. Generación de imágenes MNIST de moda

- 23.8.1. Reconocimiento de patrones
- 23.8.2. Generación de imágenes
- 23.8.3. Entrenamiento de redes neuronales profundas

23.9. Redes adversarias generativas y modelos de difusión

- 23.9.1. Generación de contenido a partir de imágenes
- 23.9.2. Modelado de distribuciones de datos
- 23.9.3. Uso de redes adversarias

23.10. Implementación de los Modelos

- 23.10.1. Aplicación Práctica
- 23.10.2. Implementación de los modelos
- 23.10.3. Uso de datos reales
- 23.10.4. Evaluación de los resultados

Módulo 24. Procesamiento del lenguaje natural (NLP) con Redes Naturales Recurrentes (RNN) y atención

24.1. Introducción a la computación bioinspirada

24.1.1. Introducción a la computación bioinspirada

24.2. Algoritmos de adaptación social

- 24.2.1. Computación bioinspirada basada en colonia de hormigas
- 24.2.2. Variantes de los algoritmos de colonias de hormigas
- 24.2.3. Computación basada en nubes de partículas

24.3. Algoritmos genéticos

- 24.3.1. Estructura general
- 24.3.2. Implementaciones de los principales operadores

24.4. Estrategias de exploración-explotación del espacio para algoritmos genéticos

- 24.4.1. Algoritmo CHC
- 24.4.2. Problemas multimodales

24.5. Modelos de computación evolutiva (I)

- 24.5.1. Estrategias evolutivas
- 24.5.2. Programación evolutiva
- 24.5.3. Algoritmos basados en evolución diferencial

24.6. Modelos de computación evolutiva (II)

- 24.6.1. Modelos de evolución basados en estimación de distribuciones (EDA)
- 24.6.2. Programación genética

24.7. Programación evolutiva aplicada a problemas de aprendizaje

- 24.7.1. Aprendizaje basado en reglas
- 24.7.2. Métodos evolutivos en problemas de selección de instancias

24.8. Problemas multiobjetivo

- 24.8.1. Concepto de dominancia
- 24.8.2. Aplicación de algoritmos evolutivos a problemas multiobjetivo

24.9. Redes neuronales (I)

- 24.9.1. Introducción a las redes neuronales
- 24.9.2. Ejemplo práctico con redes neuronales

24.10. Redes neuronales (II)

- 24.10.1. Casos de uso de las redes neuronales en la investigación médica
- 24.10.2. Casos de uso de las redes neuronales en la economía
- 24.10.3. Casos de uso de las redes neuronales en la visión artificial

Módulo 25. Inteligencia Artificial: Estrategias y aplicaciones

25.1. Servicios financieros

- 25.1.1. Las implicaciones de la Inteligencia Artificial (IA) en los servicios financieros. Oportunidades y desafíos
- 25.1.2. Casos de uso
- 25.1.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 25.1.4. Potenciales desarrollos/usos futuros de la IA

25.2. Implicaciones de la Inteligencia Artificial en el servicio sanitario

- 25.2.1. Implicaciones de la IA en el sector sanitario. Oportunidades y desafíos
- 25.2.2. Casos de uso

25.3. Riesgos Relacionados con el uso de la IA en el servicio sanitario

- 25.3.1. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 25.3.2. Potenciales desarrollos/usos futuros de la IA

25.4. Retail

- 25.4.1. Implicaciones de la IA en *Retail*. Oportunidades y desafíos
- 25.4.2. Casos de uso
- 25.4.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 25.4.4. Potenciales desarrollos/usos futuros de la IA

25.5. Industria

- 25.5.1. Implicaciones de la IA en la Industria. Oportunidades y desafíos
- 25.5.2. Casos de uso

25.6. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA en la Industria

- 25.6.1. Casos de uso
- 25.6.2. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 25.6.3. Potenciales desarrollos/usos futuros de la IA

25.7. Administración Pública

- 25.7.1. Implicaciones de la IA en la Administración Pública. Oportunidades y desafíos
- 25.7.2. Casos de uso
- 25.7.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 25.7.4. Potenciales desarrollos/usos futuros de la IA

25.8. Educación

- 25.8.1. Implicaciones de la IA en la educación. Oportunidades y desafíos
- 25.8.2. Casos de uso
- 25.8.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 25.8.4. Potenciales desarrollos/usos futuros de la IA

25.9. Silvicultura y agricultura

- 25.9.1. Implicaciones de la IA en la silvicultura y la agricultura. Oportunidades y desafíos
- 25.9.2. Casos de uso
- 25.9.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 25.9.4. Potenciales desarrollos/usos futuros de la IA

25.10 Recursos Humanos

- 25.10.1. Implicaciones de la IA en los Recursos Humanos. Oportunidades y desafíos
- 25.10.2. Casos de uso
- 25.10.3. Riesgos potenciales relacionados con el uso de IA
- 25.10.4. Potenciales desarrollos/usos futuros de la IA

Módulo 26. Métodos y Herramientas de IA para la Investigación Clínica**26.1. Tecnologías y herramientas de IA en la investigación clínica**

- 26.1.1. Uso de aprendizaje automático para identificar patrones en datos clínicos
- 26.1.2. Desarrollo de algoritmos predictivos para ensayos clínicos
- 26.1.3. Implementación de sistemas de IA para la mejora en el reclutamiento de pacientes
- 26.1.4. Herramientas de IA para el análisis en tiempo real de datos de investigación con Tableau

26.2. Métodos estadísticos y algoritmos en estudios clínicos

- 26.2.1. Aplicación de técnicas estadísticas avanzadas para el análisis de datos clínicos
- 26.2.2. Uso de algoritmos para la validación y verificación de resultados de ensayos
- 26.2.3. Implementación de modelos de regresión y clasificación en estudios clínicos
- 26.2.4. Análisis de grandes conjuntos de datos mediante métodos estadísticos computacionales

26.3. Diseño de experimentos y análisis de resultados

- 26.3.1. Estrategias para el diseño eficiente de ensayos clínicos utilizando IA con *IBM Watson Health*
- 26.3.2. Técnicas de IA para el análisis y la interpretación de datos experimentales
- 26.3.3. Optimización de protocolos de investigación mediante simulaciones de IA
- 26.3.4. Evaluación de la eficacia y seguridad de tratamientos utilizando modelos de IA

26.4. Interpretación de imágenes médicas mediante IA en investigación mediante Aidoc

- 26.4.1. Desarrollo de sistemas de IA para la detección automática de patologías en imágenes
- 26.4.2. Uso de aprendizaje profundo para la clasificación y segmentación en imágenes médicas
- 26.4.3. Herramientas de IA para mejorar la precisión en diagnósticos por imagen
- 26.4.4. Análisis de imágenes radiológicas y de resonancia magnética mediante IA

26.5. Análisis de datos clínicos y biomédicos

- 26.5.1. IA en el procesamiento y análisis de datos genómicos y proteómicos *DeepGenomics*
- 26.5.2. Herramientas para el análisis integrado de datos clínicos y biomédicos
- 26.5.3. Uso de IA para identificar biomarcadores en investigación clínica
- 26.5.4. Análisis predictivo de resultados clínicos basado en datos biomédicos

26.6. Visualización avanzada de datos en Investigación Clínica

- 26.6.1. Desarrollo de herramientas de visualización interactiva para datos clínicos
- 26.6.2. Uso de IA en la creación de representaciones gráficas de datos complejos *Microsoft Power BI*
- 26.6.3. Técnicas de visualización para la interpretación fácil de resultados de investigación
- 26.6.4. Herramientas de realidad aumentada y virtual para la visualización de datos biomédicos

26.7. Procesamiento de lenguaje natural en documentación científica y clínica

- 26.7.1. Aplicación de PNL para el análisis de literatura científica y registros clínicos con *Linguamatics*
- 26.7.2. Herramientas de IA para la extracción de información relevante de textos médicos
- 26.7.3. Sistemas de IA para resumir y categorizar publicaciones científicas
- 26.7.4. Uso de PNL en la identificación de tendencias y patrones en documentación clínica

26.8. Procesamiento de datos heterogéneos en Investigación Clínica con *Google Cloud Healthcare API* e *IBM Watson Health*

- 26.8.1. Técnicas de IA para integrar y analizar datos de diversas fuentes clínicas
- 26.8.2. Herramientas para el manejo de datos clínicos no estructurados
- 26.8.3. Sistemas de IA para la correlación de datos clínicos y demográficos
- 26.8.4. Análisis de datos multidimensionales para obtener *insights* clínicos

26.9. Aplicaciones de redes neuronales en investigaciones biomédicas

- 26.9.1. Uso de redes neuronales para el modelado de enfermedades y predicción de tratamientos
- 26.9.2. Implementación de redes neuronales en la clasificación de enfermedades genéticas
- 26.9.3. Desarrollo de sistemas de diagnóstico basados en redes neuronales
- 26.9.4. Aplicación de redes neuronales en la personalización de tratamientos médicos

26.10. Modelado predictivo y su impacto en la investigación clínica

- 26.10.1. Desarrollo de modelos predictivos para la anticipación de resultados clínicos
- 26.10.2. Uso de IA en la predicción de efectos secundarios y reacciones adversas
- 26.10.3. Implementación de modelos predictivos en la optimización de ensayos clínicos
- 26.10.4. Análisis de riesgos en tratamientos médicos utilizando modelado predictivo

Módulo 27. Investigación Biomédica con IA

27.1. Diseño y ejecución de estudios observacionales con IA

- 27.1.1. Implementación de IA para la selección y segmentación de poblaciones en estudios
- 27.1.2. Uso de algoritmos para la monitorización en tiempo real de datos de estudios observacionales
- 27.1.3. Herramientas de IA para la identificación de patrones y correlaciones en estudios observacionales con *Flatiron Health*
- 27.1.4. Automatización del proceso de recopilación y análisis de datos en estudios observacionales

27.2. Validación y calibración de modelos en investigación clínica

- 27.2.1. Técnicas de IA para asegurar la precisión y fiabilidad de modelos clínicos
- 27.2.2. Uso de IA en la calibración de modelos predictivos en investigación clínica
- 27.2.3. Métodos de validación cruzada aplicados a modelos clínicos mediante IA con KNIME *Analytics Platform*
- 27.2.4. Herramientas de IA para la evaluación de la generalización de modelos clínicos

27.3. Métodos de integración de datos heterogéneos en investigación clínica

- 27.3.1. Técnicas de IA para combinar datos clínicos, genómicos y ambientales con *DeepGenomics*
- 27.3.2. Uso de algoritmos para manejar y analizar datos clínicos no estructurados
- 27.3.3. Herramientas de IA para la normalización y estandarización de datos clínicos con Informatica's *Healthcare Data Management*
- 27.3.4. Sistemas de IA para la correlación de diferentes tipos de datos en investigación

27.4. Integración de datos biomédicos multidisciplinares mediante *Flatiron Health's OncologyCloud* y AutoML

- 27.4.1. Sistemas de IA para combinar datos de diferentes disciplinas biomédicas
- 27.4.2. Algoritmos para el análisis integrado de datos clínicos y de laboratorio
- 27.4.3. Herramientas de IA para la visualización de datos biomédicos complejos
- 27.4.4. Uso de IA en la creación de modelos holísticos de salud a partir de datos multidisciplinares

27.5. Algoritmos de aprendizaje profundo en análisis de datos biomédicos

- 27.5.1. Implementación de redes neuronales en el análisis de datos genéticos y proteómicos
- 27.5.2. Uso de aprendizaje profundo para la identificación de patrones en datos biomédicos
- 27.5.3. Desarrollo de modelos predictivos en medicina de precisión con aprendizaje profundo
- 27.5.4. Aplicación de IA en el análisis avanzado de imágenes biomédicas mediante *Aidoc*

27.6. Optimización de procesos de investigación con automatización

- 27.6.1. Automatización de rutinas de laboratorio mediante sistemas de IA con *Beckman Coulter*
- 27.6.2. Uso de IA para la gestión eficiente de recursos y tiempo en investigación
- 27.6.3. Herramientas de IA para la optimización de flujos de trabajo en investigación clínica
- 27.6.4. Sistemas automatizados para el seguimiento y reporte de avances en investigación

27.7. Simulación y modelado computacional en medicina con IA

- 27.7.1. Desarrollo de modelos computacionales para simular escenarios clínicos
- 27.7.2. Uso de IA para la simulación de interacciones moleculares y celulares con *Schrödinger*
- 27.7.3. Herramientas de IA en la creación de modelos predictivos de enfermedades con *GNS Healthcare*
- 27.7.4. Aplicación de IA en la simulación de efectos de fármacos y tratamientos

27.8. Uso de la realidad virtual y aumentada en estudios clínicos con *Surgical Theater*

- 27.8.1. Implementación de realidad virtual para la formación y simulación en medicina
- 27.8.2. Uso de realidad aumentada en procedimientos quirúrgicos y diagnósticos
- 27.8.3. Herramientas de realidad virtual para estudios de comportamiento y psicología
- 27.8.4. Aplicación de tecnologías inmersivas en la rehabilitación y terapia

27.9. Herramientas de minería de datos aplicadas a la investigación biomédica

- 27.9.1. Uso de técnicas de minería de datos para extraer conocimientos de bases de datos biomédicas
- 27.9.2. Implementación de algoritmos de IA para descubrir patrones en datos clínicos
- 27.9.3. Herramientas de IA para la identificación de tendencias en grandes conjuntos de datos con *Tableau*
- 27.9.4. Aplicación de minería de datos en la generación de hipótesis de investigación

27.10. Desarrollo y validación de biomarcadores con inteligencia artificial

- 27.10.1. Uso de IA para la identificación y caracterización de nuevos biomarcadores
- 27.10.2. Implementación de modelos de IA para la validación de biomarcadores en estudios clínicos
- 27.10.3. Herramientas de IA en la correlación de biomarcadores con resultados clínicos con *Oncimmune*
- 27.10.4. Aplicación de IA en el análisis de biomarcadores para la medicina personalizada

Módulo 28. Aplicación Práctica de IA en Investigación Clínica**28.1. Tecnologías de secuenciación genómica y análisis de datos con IA con *DeepGenomics***

- 28.1.1. Uso de IA para el análisis rápido y preciso de secuencias genéticas
- 28.1.2. Implementación de algoritmos de aprendizaje automático en la interpretación de datos genómicos
- 28.1.3. Herramientas de IA para identificar variantes genéticas y mutaciones
- 28.1.4. Aplicación de IA en la correlación genómica con enfermedades y rasgos

28.2. IA en el análisis de imágenes biomédicas con *Aidoc*

- 28.2.1. Desarrollo de sistemas de IA para la detección de anomalías en imágenes médicas
- 28.2.2. Uso de aprendizaje profundo en la interpretación de radiografías, resonancias y tomografías
- 28.2.3. Herramientas de IA para mejorar la precisión en el diagnóstico por imágenes
- 28.2.4. Implementación de IA en la clasificación y segmentación de imágenes biomédicas

28.3. Robótica y automatización en laboratorios clínicos

- 28.3.1. Uso de robots para la automatización de pruebas y procesos en laboratorios
- 28.3.2. Implementación de sistemas automáticos para la gestión de muestras biológicas
- 28.3.3. Desarrollo de tecnologías robóticas para mejorar la eficiencia y precisión en análisis clínicos
- 28.3.4. Aplicación de IA en la optimización de flujos de trabajo en laboratorios con *Optum*

28.4. IA en la personalización de terapias y medicina de precisión

- 28.4.1. Desarrollo de modelos de IA para la personalización de tratamientos médicos
- 28.4.2. Uso de algoritmos predictivos en la selección de terapias basadas en perfiles genéticos
- 28.4.3. Herramientas de IA en la adaptación de dosis y combinaciones de medicamentos con *PharmGKB*
- 28.4.4. Aplicación de IA en la identificación de tratamientos efectivos para grupos específicos

28.5. Innovaciones en diagnóstico asistido por IA mediante ChatGPT y *Amazon Comprehend Medical*

- 28.5.1. Implementación de sistemas de IA para diagnósticos rápidos y precisos
- 28.5.2. Uso de IA en la identificación temprana de enfermedades a través de análisis de datos
- 28.5.3. Desarrollo de herramientas de IA para la interpretación de pruebas clínicas
- 28.5.4. Aplicación de IA en la combinación de datos clínicos y biomédicos para diagnósticos integrales

28.6. Aplicaciones de IA en microbioma y estudios de microbiología con *Metabiomics*

- 28.6.1. Uso de IA en el análisis y mapeo del microbioma humano
- 28.6.2. Implementación de algoritmos para estudiar la relación entre microbioma y enfermedades
- 28.6.3. Herramientas de IA en la identificación de patrones en estudios microbiológicos
- 28.6.4. Aplicación de IA en la investigación de terapias basadas en microbioma

28.7. *Wearables* y monitoreo remoto en estudios clínicos

- 28.7.1. Desarrollo de dispositivos *wearables* con IA para el monitoreo continuo de salud con *FitBit*
- 28.7.2. Uso de IA en la interpretación de datos recopilados por *wearables*
- 28.7.3. Implementación de sistemas de monitoreo remoto en ensayos clínicos
- 28.7.4. Aplicación de IA en la predicción de eventos clínicos a través de datos de *wearables*

28.8. IA en la gestión de ensayos clínicos con Oracle *Health Sciences*

- 28.8.1. Uso de sistemas de IA para la optimización de la gestión de ensayos clínicos
- 28.8.2. Implementación de IA en la selección y seguimiento de participantes
- 28.8.3. Herramientas de IA para el análisis de datos y resultados de ensayos clínicos
- 28.8.4. Aplicación de IA en la mejora de la eficiencia y reducción de costos en ensayos

28.9. Desarrollo de vacunas y tratamientos asistidos por IA con *Benevolent AI*

- 28.9.1. Uso de IA en la aceleración del desarrollo de vacunas
- 28.9.2. Implementación de modelos predictivos en la identificación de potenciales tratamientos
- 28.9.3. Herramientas de IA para simular respuestas a vacunas y medicamentos
- 28.9.4. Aplicación de IA en la personalización de vacunas y terapias

28.10. Aplicaciones de IA en inmunología y estudios de respuesta inmune

- 28.10.1. Desarrollo de modelos de IA para entender mecanismos inmunológicos con *Immuneering*
- 28.10.2. Uso de IA en la identificación de patrones en respuestas inmunes
- 28.10.3. Implementación de IA en la investigación de trastornos autoinmunes
- 28.10.4. Aplicación de IA en el diseño de inmunoterapias personalizadas

Módulo 29. Análisis de *Big Data* y aprendizaje automático en Investigación Clínica

29.1. *Big Data* en Investigación Clínica: Conceptos y Herramientas

- 29.1.1. La explosión del dato en el ámbito de la Investigación Clínica
- 29.1.2. Concepto de *Big Data* y principales herramientas
- 29.1.3. Aplicaciones de *Big Data* en Investigación Clínica

29.2. Minería de datos en registros clínicos y biomédicos con KNIME y Python

- 29.2.1. Principales metodologías para la minería de datos
- 29.2.2. Integración de datos de registros clínicos y biomédicos
- 29.2.3. Detección de patrones y anomalías en los registros clínicos y biomédicos

29.3. Algoritmos de aprendizaje automático en investigación biomédica con KNIME y Python

- 29.3.1. Técnicas de clasificación en investigación biomédica
- 29.3.2. Técnicas de regresión en investigación biomédica
- 29.3.4. Técnicas no supervisadas en investigación biomédica

29.4. Técnicas de análisis predictivo en investigación clínica con KNIME y Python

- 29.4.1. Técnicas de clasificación en investigación clínica
- 29.4.2. Técnicas de regresión en investigación clínica
- 29.4.3. *Deep Learning* en investigación clínica

29.5. Modelos de IA en epidemiología y salud pública con KNIME y Python

- 29.5.1. Técnicas de clasificación para epidemiología y salud pública
- 29.5.2. Técnicas de regresión para epidemiología y salud pública
- 29.5.3. Técnicas no supervisadas para epidemiología y salud pública

29.6. Análisis de redes biológicas y patrones de enfermedad con KNIME y Python

- 29.6.1. Exploración de interacciones en redes biológicas para la identificación de patrones de enfermedad
- 29.6.2. Integración de datos *omics* en el análisis de redes para caracterizar complejidades biológicas
- 29.6.3. Aplicación de algoritmos de *machine learning* para el descubrimiento de patrones de enfermedad

29.7. Desarrollo de herramientas para pronóstico clínico con plataformas tipo workflow y Python

- 29.7.1. Creación de herramientas innovadoras para el pronóstico clínico basadas en datos multidimensionales
- 29.7.2. Integración de variables clínicas y moleculares en el desarrollo de herramientas de pronóstico
- 29.7.3. Evaluación de la efectividad de las herramientas de pronóstico en diversos contextos clínicos

29.8. Visualización avanzada y comunicación de datos complejos con herramientas tipo PowerBI y Python

- 29.8.1. Utilización de técnicas de visualización avanzada para representar datos biomédicos complejos
- 29.8.2. Desarrollo de estrategias de comunicación efectiva para presentar resultados de análisis complejos
- 29.8.3. Implementación de herramientas de interactividad en visualizaciones para mejorar la comprensión

29.9. Seguridad de datos y desafíos en la gestión de *Big Data*

- 29.9.1. Abordaje de desafíos en la seguridad de datos en el contexto de *Big Data* biomédico
- 29.9.1. Estrategias para la protección de la privacidad en la gestión de grandes conjuntos de datos biomédicos
- 29.9.3. Implementación de medidas de seguridad para mitigar riesgos en el manejo de datos sensibles

29.10. Aplicaciones prácticas y casos de estudio en *Big Data* biomédico

- 29.10.1. Exploración de casos de éxito en la implementación de *Big Data* biomédico en investigación clínica
- 29.10.2. Desarrollo de estrategias prácticas para la aplicación de *Big Data* en la toma de decisiones clínicas
- 29.10.3. Evaluación de impacto y lecciones aprendidas a través de casos de estudio en el ámbito biomédico

Módulo 30. Aspectos éticos, legales y futuro de la IA en Investigación Clínica**30.1. Ética en la aplicación de IA en Investigación Clínica**

- 30.1.1. Análisis ético de la toma de decisiones asistida por IA en entornos de investigación clínica
- 30.1.2. Ética en la utilización de algoritmos de IA para la selección de participantes en estudios clínicos
- 30.1.3. Consideraciones éticas en la interpretación de resultados generados por sistemas de IA en investigación clínica

30.2. Consideraciones legales y regulatorias en IA biomédica

- 30.2.1. Análisis de la normativa legal en el desarrollo y aplicación de tecnologías de IA en el ámbito biomédico
- 30.2.2. Evaluación de la conformidad con regulaciones específicas para garantizar la seguridad y eficacia de las soluciones basadas en IA
- 30.2.3. Abordaje de desafíos regulatorios emergentes asociados con el uso de IA en investigación biomédica

30.3. Consentimiento informado y aspectos éticos en el uso de datos clínicos.

- 30.3.1. Desarrollo de estrategias para garantizar un consentimiento informado efectivo en proyectos que involucran IA
- 30.3.2. Ética en la recopilación y uso de datos clínicos sensibles en el contexto de investigaciones impulsadas por IA
- 30.3.3. Abordaje de cuestiones éticas relacionadas con la propiedad y el acceso a datos clínicos en proyectos de investigación

30.4. IA y responsabilidad en la Investigación Clínica

- 30.4.1. Evaluación de la responsabilidad ética y legal en la implementación de sistemas de IA en protocolos de investigación clínica
- 30.4.2. Desarrollo de estrategias para abordar posibles consecuencias adversas de la aplicación de IA en el ámbito de la investigación biomédica
- 30.4.3. Consideraciones éticas en la participación activa de la IA en la toma de decisiones en investigación clínica

30.5. Impacto de la IA en la equidad y acceso a la atención de salud

- 30.5.1. Evaluación del impacto de soluciones de IA en la equidad en la participación en ensayos clínicos
- 30.5.2. Desarrollo de estrategias para mejorar el acceso a tecnologías de IA en entornos clínicos diversos
- 30.5.3. Ética en la distribución de beneficios y riesgos asociados con la aplicación de IA en el cuidado de la salud

30.6. Privacidad y protección de datos en proyectos de investigación

- 30.6.1. Garantía de la privacidad de los participantes en proyectos de investigación que involucran el uso de IA
- 30.6.2. Desarrollo de políticas y prácticas para la protección de datos en investigaciones biomédicas
- 30.6.3. Abordaje de desafíos específicos de privacidad y seguridad en el manejo de datos sensibles en el ámbito clínico

30.7. IA y sostenibilidad en investigaciones biomédicas

- 30.7.1. Evaluación del impacto ambiental y recursos asociados con la implementación de IA en investigaciones biomédicas
- 30.7.2. Desarrollo de prácticas sostenibles en la integración de tecnologías de IA en proyectos de investigación clínica
- 30.7.3. Ética en la gestión de recursos y sostenibilidad en la adopción de IA en investigaciones biomédicas

30.8. Auditoría y explicabilidad de modelos de IA en el ámbito clínico.

- 30.8.1. Desarrollo de protocolos de auditoría para evaluar la confiabilidad y precisión de modelos de IA en investigación clínica
- 30.8.2. Ética en la explicabilidad de algoritmos para garantizar la comprensión de decisiones tomadas por sistemas de IA en contextos clínicos
- 30.8.3. Abordaje de desafíos éticos en la interpretación de resultados de modelos de IA en investigaciones biomédicas

30.9. Innovación y emprendimiento en el ámbito de la IA clínica

- 30.9.1. Ética en la innovación responsable al desarrollar soluciones de IA para aplicaciones clínicas
- 30.9.2. Desarrollo de estrategias empresariales éticas en el ámbito de la IA clínica
- 30.9.3. Consideraciones éticas en la comercialización y adopción de soluciones de IA en el sector clínico

30.10. Consideraciones éticas en la colaboración internacional en investigación clínica

- 30.10.1. Desarrollo de acuerdos éticos y legales para la colaboración internacional en proyectos de investigación impulsados por IA
- 30.10.2. Ética en la participación de múltiples instituciones y países en la investigación clínica con tecnologías de IA
- 30.10.3. Abordaje de desafíos éticos emergentes asociados con la colaboración global en investigaciones biomédicas

06

Metodología de estudio

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

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso 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.

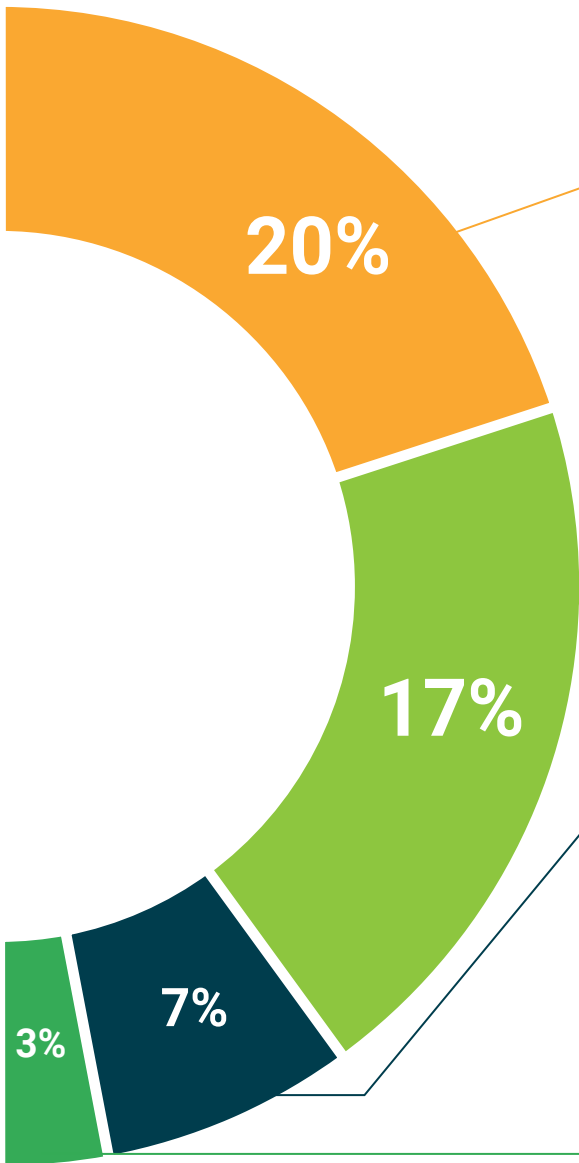
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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 perfil del alumnado de este programa destaca por interdisciplinariedad. Por eso, la mayoría cuentan con una profunda capacitación en campos vinculados con las Ciencias de la Salud, Ingeniería Informática, Administración y Dirección de Empresas. A estos profesionales les une un mismo objetivo: ponerse al corriente de las últimas tendencias en Inteligencia Artificial en Investigación, para elevar su praxis diaria y seguir mejorando la calidad de vida de sus pacientes. En esta misma línea, poseen un enfoque orientado tanto hacia la innovación como al impacto social, siendo plenamente conscientes de la importancia de las tecnologías para área de la salud.





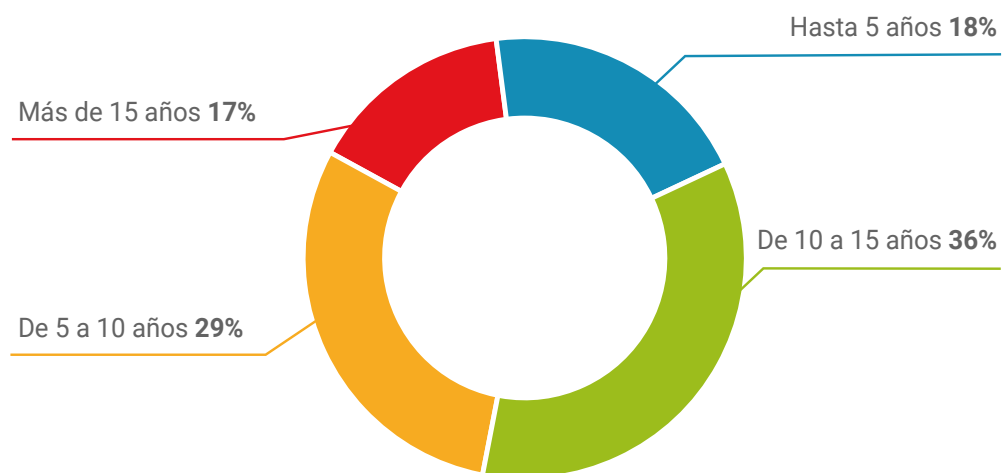
“

Un Grand Master de Formación Permanente de alta intensidad que permitirá a los profesionales avanzar de un modo eficiente y rápido en su aprendizaje”

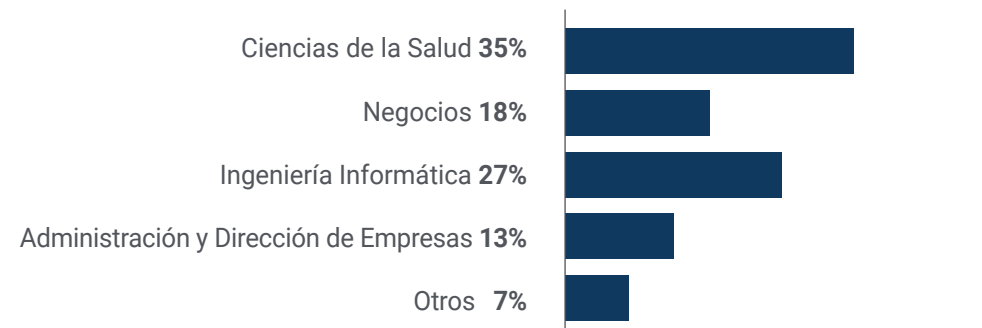
Edad media

Entre **35** y **45** años

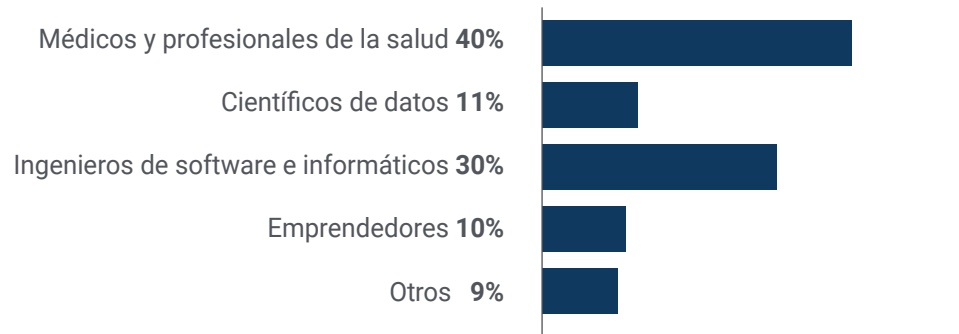
Años de experiencia



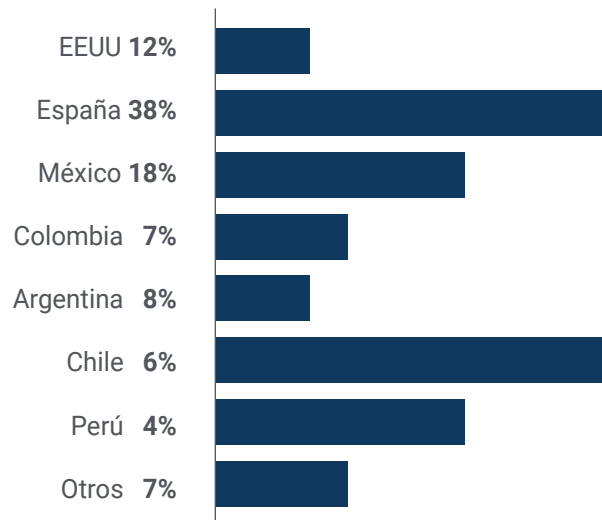
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Cintia Herrera

CEO de una institución farmacéutica

"Estoy muy satisfecha por el Gran Master MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica. Siento que esta experiencia educativa ha fortalecido mi pasión por este ámbito y me ha preparado para enfrentar los desafíos emergentes en este campo. ¡Estoy lista para desarrollar las soluciones eficientes para la compañía en la que trabajo!"

09

Dirección del curso

En compromiso por brindar itinerarios educativos de primera calidad, para este programa universitario TECH cuenta con un cuadro docente formado por expertos en Inteligencia Artificial. En este sentido, dichos expertos se caracterizan por atesorar un amplio bagaje profesional en el área de la Investigación Clínica. De este modo, han aportado soluciones innovadoras a reconocidas entidades del sector sanitario. Además, estos especialistas se mantienen a la vanguardia de la tecnología, incorporando las técnicas más vanguardistas a su praxis diaria. Esto supone todo un aval para el alumnado, que actualizará sus conocimientos e incrementará sus habilidades mediante una experiencia de aprendizaje inmersiva.



“

Actualízate el Entrenamiento de Redes Neuronales Profundas junto a los mejores expertos en esta materia. ¡Lanza tu carrera profesional con TECH!”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO y CTO en Prometeus Global Solutions
- CTO en Korporate Technologies
- CTO en AI Shepherds GmbH
- Consultor y Asesor Estratégico Empresarial en Alliance Medical
- Director de Diseño y Desarrollo en DocPath
- Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela
- Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Máster en Executive MBA por la Universidad Isabel I
- Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Isabel I
- Máster Experto en Big Data por Formación Hadoop
- Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Miembro: Grupo de Investigación SMILE



D. Popescu Radu, Daniel Vasile

- ♦ Especialista en Farmacología, Nutrición y Dieta
- ♦ Productor de Contenidos Didácticos y Científicos Autónomo
- ♦ Nutricionista y Dietista Comunitario
- ♦ Farmacéutico Comunitario
- ♦ Investigador
- ♦ Máster en Nutrición y Salud en Universidad Oberta de Catalunya
- ♦ Máster en Psicofarmacología por la Universidad de Valencia
- ♦ Farmacéutico por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Nutricionista-Dietista por la Universidad Europea Miguel de Cervantes

Profesores

Dr. Carrasco González, Ramón Alberto

- ♦ Especialista en Informática e Inteligencia Artificial
- ♦ Investigador
- ♦ Responsable de Business Intelligence (Marketing) en la Caja General de Ahorros de Granada y en el Banco Mare Nostrum
- ♦ Responsable en Sistemas de Información (Data Warehousing y Business Intelligence) en la Caja General de Ahorros de Granada y en el Banco Mare Nostrum
- ♦ Doctor en Inteligencia Artificial por la Universidad de Granada
- ♦ Ingeniero Superior en Informática por la Universidad de Granada

10

Impacto para tu carrera

Esta titulación universitaria elevará los horizontes profesionales de los egresados. Los expertos tendrán una comprensión sólida de los fundamentos de la Inteligencia Artificial, lo que les permitirá aplicar estas herramientas tecnológicas a sus proyectos de Investigación Clínica para desarrollar soluciones caracterizadas por su innovación, que aumenten el bienestar de la ciudadanía (como nuevos fármacos). A esto se suma que los estudiantes obtendrán competencias técnicas para manejar con eficacia instrumentos que comprenden desde bibliotecas de Aprendizaje Automático hasta software de análisis de datos y plataformas de procesamiento de imágenes médicas.



“

Aumenta tu seguridad en la toma de decisiones actualizando tus conocimientos a través de este Grand Master de Formación Permanente 100% online”

Conocerás la situación actual del mercado laboral en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica y multiplicarás tus posibilidades de éxito, gracias a este Grand Master de Formación Permanente.

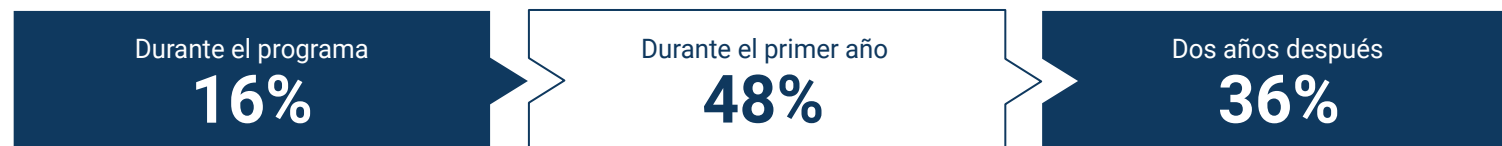
¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica 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.

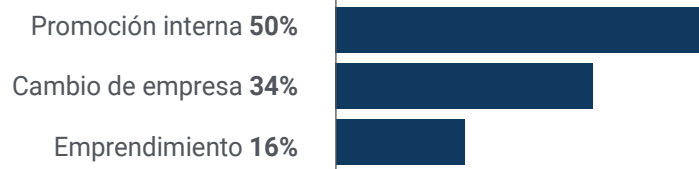
Por ello, quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en TECH.

El exclusivo sistema Relearning de TECH te permitirá poner al día tus conocimientos y competencias sobre Arquitectura Visual Cortex con rigurosidad.

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

Esta titulación universitaria no solamente se ha diseñado atendiendo a las necesidades de capacitación de los profesionales en Investigación Clínica, sino también pensando en lo que estos aportarán a sus organizaciones. Así pues, los egresados dominarán los algoritmos de la Inteligencia Artificial para analizar grandes volúmenes de datos médicos (como radiografías, pruebas de laboratorio o resonancias magnéticas) para ayudar a los facultativos a realizar diagnósticos más precisos. En esta misma línea, el uso de estas herramientas permitirá a los sanitarios predecir resultados clínicos que abarcan desde el riesgo de complicaciones tras una cirugía hasta la respuesta a un tratamiento específico.





“

Dominarás las aplicaciones de la Inteligencia a la Investigación Clínica y contribuirás al diseño de nuevos fármacos que mejoren la calidad de vida de los pacientes”

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 MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master de Formación Permanente de Formación Permanente expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título de **MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica** 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 MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica**

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

MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica

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

Grand Master de Formación Permanente

MBA en Inteligencia Artificial en Investigación Clínica