Grand Master

Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

TECH es miembro de:

Grand Master
Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

- Modalidad: **online**
- Duración: **2 años**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **120 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-recursos-humanos-experto-relaciones-sindicales**

Índice

01 Presentación del programa — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 8

03 Plan de estudios — pág. 12

04 Objetivos docentes — pág. 38

05 Salidas profesionales — pág. 46

06 Metodología de estudio — pág. 50

07 Cuadro docente — pág. 60

08 Titulación — pág. 80

01

Presentación del programa

En el contexto actual de globalización y transformación digital, las organizaciones enfrentan desafíos sin precedentes en la gestión de su capital humano. Ante esto, la Alta Dirección de Recursos Humano ha emergido como una función estratégica clave, encargada de alinear las políticas de personal con los objetivos corporativos y fomentar un ambiente laboral inclusivo y productivo. Paralelamente, el papel del Experto en Relaciones Sindicales se ha vuelto fundamental para mediar entre la dirección y los representantes de los trabajadores, facilitando negociaciones y resolviendo conflictos laborales de manera eficaz. En este escenario, TECH presenta un vanguardista programa universitario enfocado en la Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales. Además, se basa en una flexible modalidad 100% online.

Mediante este Grand Master 100% online, fomentarás un ambiente de trabajo positivo entre los empleados y la dirección"

La gestión de los Recursos Humanos y las Relaciones Sindicales son elementos clave para garantizar el éxito y la estabilidad de las organizaciones en un entorno cada vez más complejo y dinámico. En este sentido, los profesionales deben ser capaces de gestionar la relación con los sindicatos, negociar acuerdos laborales y resolver conflictos, todo mientras promueven una cultura organizacional positiva y alineada con los objetivos estratégicos de la empresa. Por eso, los expertos necesitan manejar las estrategias más sofisticadas para optimizar la gestión de las personas y la creación de un ambiente laboral productivo a la par que armonioso.

Con esta idea en mente, TECH lanza un revolucionario Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales. Ideado por expertos de renombre en este campo, el itinerario académico analizará cuestiones que abarcan desde los fundamentos del comportamiento organizacional o sociología del trabajo hasta la gestión de políticas en intermediación laboral. Así pues, los alumnos desarrollarán las habilidades necesarias para gestionar de manera estratégica las relaciones laborales dentro de las organizaciones, implementando políticas que favorezcan la cooperación entre los empleados y los sindicatos, mientras se alinean con los objetivos corporativos.

Por otro lado, TECH ha creado un entorno académico 100% online. De esta manera, los expertos podrán gestionar de manera individual tanto sus horarios como cronogramas evaluativos. Asimismo, se implementa el disruptivo método *Relearning*, basado en la repetición de conceptos clave para consolidar conocimientos de una forma óptima. Gracias a esto, los médicos disfrutarán de una experiencia inmersiva dinámica y amena que contribuirá a maximizar la calidad de su praxis diaria.

En esta misma dirección, el plan de estudios incorpora una distinguida selección de *Masterclasses* impartidas por reconocidos Directores Invitados Internacionales. Estas sesiones magistrales brindan al alumnado una oportunidad exclusiva para acceder al conocimiento de expertos de prestigio, quienes compartirán sus estrategias, metodologías innovadoras y experiencias profesionales de alto impacto.

Este **Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales,** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

"A través de las Masterclasses especializadas, profundizarás en las tendencias más vanguardistas del sector, expandirás tu visión global y desarrollarás habilidades clave que impulsarán tu proyección"

Dispondrás de los medios educativos más modernos, con un acceso libre al Campus Virtual durante las 24 horas del día"

Serás capaz de intervenir en la resolución de disputadas laborales, empleando técnicas avanzadas de mediación y arbitraje para encontrar soluciones equitativas.

El sistema Relearning aplicado por TECH en sus programas reduce las largas horas de estudio tan frecuentes en otros métodos de enseñanza.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH"

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.

Google Partner
PREMIER 2023

NBA
Universidad online oficial de la **NBA**

4.9/5
★★★★★
★ global score

99%
Garantía de máxima empleabilidad

Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.

La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.

03

Plan de estudios

El itinerario académico profundizará en factores que comprenden desde las particularidades del *management* directivo o gestión del entorno laboral hasta los fundamentos de la economía laboral. De este modo, los egresados desarrollarán competencias avanzadas para dirigir y motivar equipos multidisciplinarios hacia el cumplimiento de objetivos organizacionales. Asimismo, dominarán las leyes y regulaciones laborales para asegurar el cumplimiento y evitar contingencias legales.

Identificarás y solucionarás problemas complejos relacionados con las Relaciones Laborales"

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 Recursos Humanos
- 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
- 3.4.3. Dirección estratégica de Recursos Humanos

3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de Recursos Humanos
- 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 Recursos Humanos
- 3.12.2. *Personal branding* para profesionales de Recursos Humanos

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

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

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

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

3.17. Negociación y gestión de conflictos
- 3.17.1. Negociación
- 3.17.2. Gestión de conflictos
- 3.17.3. Gestión de crisis

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

3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos Prevención de Riesgos Laborales
- 3.19.1. Gestión de Recursos Humanos y equipos
- 3.19.2. Prevención de riesgos laborales

3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento
- 3.20.1. La productividad
- 3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento

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

3.22. Innovación en gestión del talento y las personas
- 3.22.1. Innovación en las organizaciones
- 3.22.2. Nuevos retos del departamento de Recursos Humanos
- 3.22.3. Gestión de la innovación
- 3.22.4. Herramientas para la innovación

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

3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital
- 3.24.1. El contexto socioeconómico
- 3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial
- 3.24.3. Nuevas metodologías

Módulo 4. Dirección económico-financiera

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

4.2. La financiación de la empresa
- 4.2.1. Fuentes de financiación
- 4.2.2. Tipos de costes de financiación

4.3. Contabilidad directiva
- 4.3.1. Conceptos básicos
- 4.3.2. El activo de la empresa
- 4.3.3. El pasivo de la empresa
- 4.3.4. El patrimonio neto de la empresa
- 4.3.5. La cuenta de resultados

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

4.5. Sistemas de información y *Business Intelligence*
- 4.5.1. Fundamentos y clasificación
- 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto

4.6. Presupuesto y control de gestión
- 4.6.1. El modelo presupuestario
- 4.6.2. El Presupuesto de Capital
- 4.6.3. La Presupuesto de Explotación
- 4.6.4. El Presupuesto de Tesorería
- 4.6.5. Seguimiento del Presupuesto

4.7. Gestión de tesorería
- 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
- 4.7.2. Cálculo de Necesidades Operativas de Fondos
- 4.7.3. *Credit Management*

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

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

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

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

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

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

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

4.15. Mercados monetarios y de capitales
- 4.15.1. El Mercado Monetario
- 4.15.2. El Mercado de Renta Fija
- 4.15.3. El Mercado de Renta Variable
- 4.15.4. El Mercado de Divisas
- 4.15.5. El Mercado de Derivados

4.16. Análisis y planificación financiera
- 4.16.1. Análisis del Balance de Situación
- 4.16.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 4.16.3. Análisis de la Rentabilidad

4.17. Análisis y resolución de casos/problemas
- 4.17.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

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

5.9. *Supply Chain Management*
- 5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)
- 5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 5.9.3. Patrones de demanda
- 5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio

5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas
- 5.10.1. Interacción de la cadena de suministro
- 5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes
- 5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro
- 5.10.4. Cadena de suministro 4.0

5.11. Costes de la logística
- 5.11.1. Costes logísticos
- 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
- 5.11.3. Optimización de costes logísticos

5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS
- 5.12.1. Cadena logística
- 5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
- 5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística

5.13. Gestión de procesos
- 5.13.1. La gestión de procesos
- 5.13.2. Enfoque basado en procesos: Mapa de procesos
- 5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos

5.14. Distribución y logística de transportes
- 5.14.1. Distribución en la cadena de suministro
- 5.14.2. Logística de transportes
- 5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la logística

5.15. Logística y clientes
- 5.15.1. Análisis de demanda
- 5.15.2. Previsión de demanda y ventas
- 5.15.3. Planificación de ventas y operaciones
- 5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)

5.16. Logística internacional
- 5.16.1. Procesos de exportación e importación
- 5.16.2. Aduanas
- 5.16.3. Formas y medios de pago internacionales
- 5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.17. *Outsourcing* de operaciones
- 5.17.1. Gestión de operaciones y *Outsourcing*
- 5.17.2. Implantación del *outsourcing* en entornos logísticos

5.18. Competitividad en operaciones
- 5.18.1. Gestión de operaciones
- 5.18.2. Competitividad operacional
- 5.18.3. Estrategia de operaciones y ventajas competitivas

5.19. Gestión de la calidad
- 5.19.1. Cliente interno y cliente externo
- 5.19.2. Los costes de calidad
- 5.19.3. La mejora continua y la filosofía de *Deming*

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Entornos tecnológicos
- 6.1.1. Tecnología y globalización
- 6.1.2. Entorno económico y tecnología
- 6.1.3. Entorno tecnológico y su impacto en las empresas

6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
- 6.2.1. Evolución del modelo de IT
- 6.2.2. Organización y departamento IT
- 6.2.3. Tecnologías de 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 Enterpise Resource Planning o ERP

6.13. Transformación digital
- 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
- 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
- 6.13.3. Transformación digital en las empresas

6.14. Tecnologías y tendencias
- 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
- 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes

6.15. *Outsourcing* de TI
- 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
- 6.15.2. *Outsourcing* de TI y su impacto en los negocios
- 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de *outsourcing* de TI

Módulo 7. Gestión comercial, Marketing estratégico y comunicación corporativa

7.1. Dirección comercial
- 7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
- 7.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 7.1.3. El rol de los directores comerciales

7.2. Marketing
- 7.2.1. Concepto de Marketing
- 7.2.2. Elementos básicos del Marketing
- 7.2.3. Actividades de Marketing de la empresa

7.3. Gestión estratégica del Marketing
- 7.3.1. Concepto de Marketing estratégico
- 7.3.2. Concepto de planificación estratégica de Marketing
- 7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de Marketing

7.4. Marketing Digital y Comercio Electrónico
- 7.4.1. Objetivos del Marketing Digital y Comercio Electrónico
- 7.4.2. Marketing digital y medios que emplea
- 7.4.3. Comercio Electrónico. Contexto general
- 7.4.4. Categorías del Comercio Electrónico
- 7.4.5. Ventajas y desventajas del *e-Commerce* frente al comercio tradicional

7.5. *Managing Digital Business*
- 7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
- 7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing Digital
- 7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing Digital

7.6. Marketing digital para reforzar la marca
- 7.6.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

7.7. Estrategia de Marketing Digital
- 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing Digital
- 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing Digital

7.8. Marketing Digital para captar y fidelizar clientes
- 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hipersegmentación

7.9. Gestión de campañas digitales
- 7.9.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de Marketing online
- 7.9.3. Errores de las campañas de publicidad digital

7.10. Plan de Marketing online
- 7.10.1. ¿Qué es 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

7.11. *Blended Marketing*
- 7.11.1. ¿Qué es el Blended Marketing?
- 7.11.2. Diferencias entre *Marketing Online* y *Offline*
- 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de *Blended Marketing*
- 7.11.4. Características de una estrategia de *Blended Marketing*
- 7.11.5. Recomendaciones en *Blended Marketing*
- 7.11.6. Beneficios del *Blended Marketing*

7.12. Estrategia de ventas
- 7.12.1. Estrategia de ventas
- 7.12.2. Métodos de ventas

7.13. Comunicación corporativa
- 7.13.1. Concepto
- 7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 7.13.5. Elementos de la comunicación
- 7.13.6. Problemas de la comunicación
- 7.13.7. Escenarios de la comunicación

7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa
- 7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RR.HH
- 7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
- 7.14.3. El plan de comunicación interna

7.15. Comunicación y reputación digital
- 7.15.1. Reputación online
- 7.15.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 7.15.3. Herramientas de reputación online
- 7.15.4. Informe de reputación online
- 7.15.5. *Branding online*

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

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

8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
- 8.2.1. Tamaño muestral
- 8.2.2. Muestreo
- 8.2.3. Tipos de técnicas cuantitativas

8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
- 8.3.1. Tipos de investigación cualitativa
- 8.3.2. Técnicas de investigación cualitativa

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

8.5. Gestión de proyectos de investigación
- 8.5.1. La investigación de mercados como un proceso
- 8.5.2. Etapas de planificación en la investigación de mercados
- 8.5.3. Etapas de ejecución en la investigación de mercados
- 8.5.4. Gestión de un proyecto de investigación

8.6. La investigación de mercados internacionales
- 8.6.1. Investigación de mercados internacionales
- 8.6.2. Proceso de la investigación de mercados internacionales
- 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las investigaciones de mercado internacionales

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

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

8.9. Desarrollo del plan de Marketing
- 8.9.1. Concepto del plan de Marketing
- 8.9.2. Análisis y diagnóstico de la situación
- 8.9.3. Decisiones estratégicas de Marketing
- 8.9.4. Decisiones operativas de Marketing

8.10. Estrategias de promoción y *merchandising*
- 8.10.1. Comunicación de Marketing integrada
- 8.10.2. Plan de comunicación publicitaria
- 8.10.3. El *merchandising* como técnica de comunicación

8.11. Planificación de medios
- 8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios
- 8.11.2. Medios de comunicación
- 8.11.3. Plan de medios

8.12. Fundamentos de la dirección comercial
- 8.12.1. La función de la dirección comercial
- 8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
- 8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
- 8.12.4. Principales estrategias competitivas

8.13. Negociación comercial
- 8.13.1. Negociación comercial
- 8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
- 8.13.3. Principales métodos de negociación
- 8.13.4. El proceso negociador

8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
- 8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
- 8.14.2. Modelos de toma de decisiones
- 8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
- 8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones

8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
- 8.15.1. *Sales Management*. Dirección de ventas
- 8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial
- 8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores
- 8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
- 8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información

8.16. Implementación de la función comercial
- 8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
- 8.16.2. Control de la actividad comercial
- 8.16.3. El código deontológico del personal comercial
- 8.16.4. Cumplimiento normativo
- 8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas

8.17. Gestión de cuentas clave
- 8.17.1. Concepto de la gestión de cuentas clave
- 8.17.2. El *Key Account Manager*
- 8.17.3. Estrategia de la gestión de cuentas clave

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

Módulo 9. Innovación y dirección de proyectos

9.1. Innovación
- 9.1.1. Introducción a la innovación
- 9.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
- 9.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial

9.2. Estrategia de innovación
- 9.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
- 9.2.2. Estrategia de innovación

9.3. *Project Management* para *startups*
- 9.3.1. Concepto de *startup*
- 9.3.2. Filosofía *Lean Startup*
- 9.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
- 9.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*

9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
- 9.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
- 9.4.2. Diseño validación de modelos de negocio

9.5. Dirección y gestión de proyectos
- 9.5.1. Dirección y gestión de proyectos: Identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
- 9.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación

9.6. Gestión del cambio en proyectos: Gestión de la formación
- 9.6.1. Concepto de gestión del cambio
- 9.6.2. El proceso de gestión del cambio
- 9.6.3. La implementación del cambio

9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
- 9.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
- 9.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
- 9.7.3. Tendencias emergentes
- 9.7.4. Adaptaciones al equipo
- 9.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
- 9.7.6. Gestionar las comunicaciones
- 9.7.7. Monitorear las comunicaciones

9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
- 9.8.1. Metodologías innovadoras
- 9.8.2. Principios básicos del Scrum
- 9.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del Scrum y las metodologías tradicionales

9.9. Creación de una *startup*
- 9.9.1. Creación de una *startup*
- 9.9.2. Organización y cultura
- 9.9.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
- 9.9.4. Aspectos legales

9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos
- 9.10.1. Planificar riesgos
- 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

Módulo 10. *Management* Directivo

10.1. *General Management*
- 10.1.1. Concepto de *General Management*
- 10.1.2. La acción del *Manager General*
- 10.1.3. El Director General y sus funciones
- 10.1.4. Transformación del trabajo de la dirección

10.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 10.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

10.3. Dirección de operaciones
- 10.3.1. Importancia de la dirección
- 10.3.2. La cadena de valor
- 10.3.3. Gestión de calidad

10.4. Oratoria y formación de portavoces
- 10.4.1. Comunicación interpersonal
- 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 10.4.3. Barreras en la comunicación

10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
- 10.5.1. La comunicación interpersonal
- 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 10.5.3. La comunicación en la organización
- 10.5.4. Herramientas en la organización

10.6. Comunicación en situaciones de crisis
- 10.6.1. Crisis
- 10.6.2. Fases de la crisis
- 10.6.3. Mensajes: Contenidos y momentos

10.7. Preparación de un plan de crisis
- 10.7.1. Análisis de posibles problemas
- 10.7.2. Planificación
- 10.7.3. Adecuación del personal

10.8. Inteligencia emocional
- 10.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 10.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 10.8.3. Autoestima y comunicación emocional

10.9. *Branding* personal
- 10.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 10.9.2. Leyes del *branding* personal
- 10.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

10.10. Liderazgo y gestión de equipos
- 10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 10.10.2. Capacidades y desafíos del líder
- 10.10.3. Gestión de procesos de cambio
- 10.10.4. Gestión de equipos multiculturales

Módulo 11. Proceso de gestión y administración de RR.HH

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

Módulo 12. Comportamiento organizacional

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

Módulo 13. *Executive coaching*

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

Módulo 14. Comunicación estratégica

14.1. La comunicación en las organizaciones
14.2. Comunicación interna y plan de comunicación integral
14.3. Comunicación interpersonal
14.4. Comunicación abierta
14.5. Negociación

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

15.1. Nuevas formas de organización y nuevas metodologías de trabajo
15.2. Habilidades digitales y *professional brand*
15.3. RH y *data* análisis
15.4. Gestión de personas en la era digital

Módulo 16. Teoría de las relaciones laborales

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

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

16.3. Socialismo – Comunismo en las relaciones laborales
- 16.3.1. Marco conceptual del socialismo y del comunismo
- 16.3.2. Breve descripción histórica
- 16.3.3. Las relaciones laborales bajo el marco político comunista
- 16.3.4. Las relaciones laborales bajo el marco político del socialismo

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

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

16.6. Representación de los trabajadores
- 16.6.1. Concepto
- 16.6.2. Marco regulador
- 16.6.3. Negociación

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

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

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

16.10. Las políticas sociales en el ámbito internacional
- 16.10.1. Políticas sociales (convergencias y divergencias)
- 16.10.2. Modelos de intervención
- 16.10.3. El Estado de Bienestar

Módulo 17. Sociología del trabajo

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

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

17.3. Aspectos económicos. Estudio de la sociología del trabajo
- 17.3.1. Teoría del valor en los economistas clásicos
- 17.3.2. Teoría del valor en Karl Marx
- 17.3.3. Críticas a la Teoría del valor trabajo
- 17.3.4. El Keynesianismo

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

17.5. Historia de las principales teorías sociológicas del trabajo y de las organizaciones
- 17.5.1. Teorías sociológicas del trabajo
- 17.5.2. Teorías sociológicas contemporáneas del trabajo
- 17.5.3. Taylor y la organización científica del trabajo

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

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

17.8. Aspectos centrales en las organizaciones
- 17.8.1. Los distintos roles dentro de la organización
- 17.8.2. Estructuras organizativas

17.9. Paradigma tecnológico y mercado de trabajo
- 17.9.1. El impacto de la innovación
- 17.9.2. La innovación en la empresa moderna
- 17.9.3. La automatización en la producción
- 17.9.4. Gestión de datos e Inteligencia Artificial

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

Módulo 18. Estrategias y métodos de investigación social

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

18.2. El proceso general de la investigación: Enfoque cuantitativo y cualitativo
- 18.2.1. Presupuestos epistemológicos
- 18.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio
- 18.2.3. Relación sujeto-objeto
- 18.2.4. Objetividad
- 18.2.5. Procesos metodológicos
- 18.2.6. La integración de métodos

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

18.4. Proceso y etapas de la investigación cuantitativa
- 18.4.1. Fase 1: Fase conceptual
- 18.4.2. Fase 2: Fase de planificación y diseño
- 18.4.3. Fase 3: Fase empírica
- 18.4.4. Fase 4: Fase analítica
- 18.4.5. Fase 5: Fase de difusión

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

18.6. Proceso y etapas de la investigación cualitativa
- 18.6.1. Fase 1: Fase preparatoria
- 18.6.2. Fase 2: Fase de campo
- 18.6.3. Fase 3: Fase analítica
- 18.6.4. Fase 4: Fase informativa

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

18.8. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos
- 18.8.1. La entrevista estructurada
- 18.8.2. El cuestionario estructurado
- 18.8.3. Observación sistemática
- 18.8.4. Escalas de actitud
- 18.8.5. Estadísticas
- 18.8.6. Fuentes secundarias de información

18.9. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos
- 18.9.1. Entrevista no estructurada
- 18.9.2. Entrevista en profundidad
- 18.9.3. Grupos focales
- 18.9.4. Observación simple, no regulada y participativa
- 18.9.5. Historias de vida
- 18.9.6. Diarios
- 18.9.7. Análisis de contenidos
- 18.9.8. El método etnográfico

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

Módulo 19. Economía laboral y de mercado

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

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

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

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

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

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

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

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

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

19.10. La responsabilidad social en el otorgamiento de puestos laborales
- 19.10.1. Responsabilidad social
- 19.10.2. Grupos sociales expuestos a discriminación
- 19.10.3. Políticas y programas incluyentes en la organización

Módulo 20. Derecho del trabajo

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

20.2. El trabajador
- 20.2.1. Introducción
- 20.2.2. Las características propias de la relación laboral
  - 20.2.2.1. Carácter personalísimo
  - 20.2.2.2. Voluntariedad
  - 20.2.2.3. Dependencia
  - 20.2.2.4. Ajenidad
  - 20.2.2.5. Retribución
- 20.2.3. Las relaciones laborales de naturaleza especial
  - 20.2.3.1. El personal de alta dirección no incluido en el artículo 1.3 c) del Estatuto de los Trabajadores
  - 20.2.3.2. El servicio del hogar familiar
  - 20.2.3.3. Los penados en instituciones penitenciarias
  - 20.2.3.4. Los deportistas profesionales
  - 20.2.3.5. Los artistas en espectáculos públicos
  - 20.2.3.6. Las personas que intervengan en operaciones mercantiles por cuenta de uno o más empresarios sin asumir el riesgo y ventura de aquellas: Los representantes de comercio
  - 20.2.3.7. Las personas con discapacidad que trabajen en los centros especiales de empleo
  - 20.2.3.8. Los estibadores portuarios
  - 20.2.3.9. La residencia para la formación de especialistas en Ciencias de la Salud
  - 20.2.3.10. Los letrados que prestan servicios en despachos de abogados, individuales o colectivos

20.2.4. Los trabajos excluidos

20.2.4.1. Los funcionarios públicos y el personal estatutario al servicio de la Administración

20.2.4.2. Las prestaciones personales obligatorias

20.2.4.3. Los consejeros de las empresas societarias

20.2.4.4. Los trabajos amistosos, benévolos o de buena vecindad

20.2.4.5. Los trabajos familiares

20.2.4.6. La intermediación mercantil con asunción del riesgo

20.2.4.7. El servicio de transporte

20.2.4.8. Los trabajos realizados por cuenta propia

20.3. El empleador y la empresa

20.3.1. El empresario. Concepto y naturaleza jurídica

20.3.2. La subrogación empresarial

20.3.3. Los grupos de empresas

20.3.4. La descentralización productiva. Contratas y subcontratas de obras y servicios

20.3.4.1. Los diferentes supuestos de responsabilidad en materia salarial y de Seguridad Social

20.3.4.2. La externalización productiva y la seguridad y salud en el entorno laboral

20.3.4.3. Deberes de información, consulta y participación en el contexto de una contrata de obras o servicios

20.3.5. La cesión ilegal de trabajadores

20.3.5.1. Concepto y descripción del fenómeno

20.3.5.2. Consecuencias de la cesión ilegal

20.3.6. Las empresas de trabajo temporal

20.3.6.1. El compromiso civil o mercantil entre la empresa de trabajo temporal y la empresa usuaria. El contrato de puesta a disposición

20.3.6.2. La relación laboral entre la empresa de trabajo temporal y el empleado cedido. El contrato de trabajo

20.3.6.3. La especial situación del trabajador en el seno de la empresa usuaria

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

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

20.6. La prevención de riesgos laborales
- 20.6.1. Introducción
- 20.6.2. La garantía a la tutela frente a los riesgos profesionales. Los principios de la acción preventiva
- 20.6.3. El plan de prevención. La evaluación de los riesgos y la planificación de la actividad tuteladora
- 20.6.4. Los equipos de trabajo y los medios de protección
- 20.6.5. La información, consulta y participación de los trabajadores
- 20.6.6. La formación de los trabajadores
- 20.6.7. Las medidas de emergencia
- 20.6.8. El riesgo grave e inminente
- 20.6.9. El deber de vigilancia de la salud
- 20.6.10. Las responsabilidades de naturaleza documental
- 20.6.11. La coordinación de las actividades empresariales
- 20.6.12. La singular atención dispensada a ciertos colectivos
  - 20.6.12.1. Los trabajadores especialmente sensibles a determinados riesgos
  - 20.6.12.2. La maternidad
  - 20.6.12.3. Los menores
  - 20.6.12.4. Los trabajadores con relaciones laborales temporales o puestos a disposición por una empresa de trabajo temporal
- 20.6.13. Las responsabilidades de la mano de obra en relación con la prevención de los riesgos profesionales

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

20.8. El tiempo de trabajo
- 20.8.1. La jornada de trabajo
- 20.8.2. La jornada ordinaria de trabajo
- 20.8.3. Las horas extraordinarias
- 20.8.4. Las jornadas especiales de trabajo
- 20.8.5. Las reducciones de jornada previstas en el Estatuto de los Trabajadores
  - 20.8.5.1. El trabajo nocturno y a turnos
  - 20.8.5.2. El trabajo nocturno
  - 20.8.5.3. El trabajo a turnos

20.8.6. Las fiestas laborales, los permisos y las vacaciones anuales
20.8.6.1. Las fiestas laborales
20.8.6.2. Los permisos
20.8.6.3. Las vacaciones anuales
20.8.7. El calendario laboral
20.9. Novación del contrato de trabajo
20.9.1. La movilidad funcional
20.9.2. La movilidad geográfica
20.9.2.1. La movilidad geográfica a instancias del empresario
20.9.2.2. La movilidad geográfica a instancias del trabajador
20.9.3. La modificación sustancial de las condiciones de trabajo
20.9.3.1. Primer requisito: Concurrencia de una causa justificativa
20.9.3.2. Segundo requisito: Materia objeto de modificación
20.9.3.3. Tercer requisito: Procedimiento a seguir
20.9.4. La modificación de las condiciones establecidas en un convenio colectivo estatutario
20.10. La suspensión y la extinción del contrato de trabajo
20.10.1. La suspensión del contrato de trabajo
20.10.1.1. Maternidad, paternidad, adopción, acogimiento y riesgo durante el embarazo
20.10.1.2. Las excedencias
20.10.1.3. La suspensión del contrato de trabajo por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción
20.10.1.4. La suspensión del contrato por fuerza mayor
20.10.2. La extinción del contrato de trabajo
20.10.2.1. La extinción por voluntad unilateral del trabajador
20.10.2.2. La extinción por voluntad unilateral del empleador: El despido

Módulo 21. Derecho laboral colectivo

21.1. Autonomía colectiva y sistema de relaciones laborales
21.1.1. Autonomía colectiva: Concepto y elementos estructurales
21.1.2. La estructura tridimensional de la autonomía colectiva y su reflejo: Libertad sindical y derecho a huelga
21.1.3. El derecho a la negociación colectiva
21.2. La libertad sindical
21.2.1. La configuración constitucional de la libertad sindical
21.2.2. Titularidad del derecho de libertad sindical
21.2.3. Contenido del derecho de libertad sindical
21.2.4. Tutela de la libertad sindical: Jurisdiccional, constitucional, administrativa y penal
21.3. Régimen jurídico del sindicato
21.3.1. Constitución y adquisición de la personalidad jurídica
21.3.2. Funcionamiento interno del sindicato y régimen económico
21.3.3. La responsabilidad del sindicato
21.4. Asociacionismo empresarial
21.4.1. La estructura patronal y sindical
21.4.2. Representación sindical: Sindicatos más representativos
21.4.3. Estructura de representación patronal, criterios y determinación atribuciones
21.5. La representación y acción colectiva de los trabajadores en la empresa
21.5.1. El doble canal de representación en la empresa
21.5.2. La representación unitaria: Delgados de personal y comités de empresa
21.5.3. Las elecciones sindicales
21.5.4. El derecho de reunión e n las empresas: asambleas de trabajadores
21.6. La negociación colectiva
21.6.1. El reconocimiento constitucional y legal del derecho a la negociación colectiva
21.6.2. Convenios y acuerdos colectivos el trabajo: Clasificación y tipología
21.6.3. Estructura de la negociación colectiva y concurrencia de convenios

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

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

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

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

Módulo 22. Gestión de políticas en intermediación laboral

22.1. La intermediación laboral en la cartera común de los Servicios del Sistema nacional de empleo
- 22.1.1. La intermediación laboral
- 22.1.2. El nuevo papel de los servicios público de empleo
- 22.1.3. Discriminación en el acceso al empleo

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

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

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

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

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

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

22.8. Cesión ilegal de trabajadores: Marco normativo
- 22.8.1. Las sucesivas reformas del concepto y la actual identificación de la cesión ilegal
- 22.8.2. Cesiones ilegales interempresariales
- 22.8.3. Consecuencias de la cesión ilícita

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

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

Módulo 23. Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR.HH

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

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

23.3. Grupos sociales y las dificultades en el empleo
- 23.3.1. Identificación de los grupos sociales
- 23.3.2. Prácticas laborales excluyentes
- 23.3.3. Programas y leyes protectoras de los grupos sociales

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

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

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

23.7. Mujer y trabajo I: Violencia de género
- 23.7.1. Contextualización de la violencia de género
- 23.7.2. Programas empresariales contra la violencia de género
- 23.7.3. La promoción del empleo en las mujeres víctimas de violencia de género

23.8. Mujer y trabajo II: Discriminación y marginación en el empleo
- 23.8.1. La mujer en el contexto laboral a lo largo de la historia
- 23.8.2. Discriminación en el empleo
- 23.8.3. Sectores productivos de mayor empleabilidad para las mujeres

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

23.10. Administración de personal internacional
- 23.10.1. Empresas globales
- 23.10.2. Inmigrantes y expatriados
- 23.10.3. Fomentar una cultura empresarial global

Módulo 24. Gestión del entorno laboral I

24.1. Introducción en la gestión del entorno laboral
- 24.1.1. La cultura organizacional, el liderazgo y el conflicto
- 24.1.2. Elementos básicos de la cultura organizacional
- 24.1.3. Conflictos: Conceptos y tipos
- 24.1.4. La relación entre cultura y liderazgo: Su relación con el conflicto

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

24.3. Condiciones del entorno para personas con discapacidad
- 24.3.1. NOM -030- SSA3-2013
- 24.3.2. Tipos de discapacidad
- 24.3.3. Adecuación correcta del lugar de trabajo

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

24.5. Gestión de la inserción laboral
- 24.5.1. La selección de personal
- 24.5.2. Procesos de selección interna
- 24.5.3. Procesos de selección externa

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

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

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

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

24.10. Plan de mejora del clima laboral
- 24.10.1. Prevención primaria, secundaria y terciaria
- 24.10.2. Intervención en crisis
- 24.10.3. Criterios esenciales de un plan de acción

Módulo 25. Gestión del entorno laboral II

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

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

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

25.4. Relaciones interpersonales y liderazgo transformador
- 25.4.1. Tendencias en la gestión de personas y equipos
- 25.4.2. Transformación personal: Herramientas y técnicas

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

25.6. Mercadotecnia social en el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
- 25.6.1. Aspectos claves de la mercadotecnia social
- 25.6.2. La perspectiva ética de la mercadotecnia social
- 25.6.3. Plan de mercadotecnia social

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

25.8. Programa de bienestar de empleado
- 25.8.1. Concepto de bienestar laboral
- 25.8.2. Elaboración de programas de bienestar laboral

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

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

04

Objetivos docentes

Con esta titulación universitaria, los expertos liderarán la gestión estratégica del capital humano, optimizando las relaciones laborales y promoviendo un entorno inclusivo y productivo. Sus competencias clave incluyen liderazgo eficaz, habilidades avanzadas de negociación y mediación, profundo conocimiento de la legislación laboral, visión estratégica para alinear las políticas de Recursos Humanos con los objetivos empresariales, y excelentes capacidades de comunicación. Además, poseen adaptabilidad para gestionar el cambio y fomentar el desarrollo organizacional sostenible.

Implementarás procedimientos en Recursos Humanos que mitiguen riesgos legales y promuevan la ética organizacional"

Objetivos generales

- Desarrollar habilidades estratégicas para gestionar los recursos humanos a nivel ejecutivo
- Adquirir conocimientos avanzados sobre las relaciones sindicales y su impacto en la organización
- Liderar procesos de negociación con sindicatos de manera efectiva y ética
- Implementar políticas laborales que favorezcan el bienestar organizacional
- Gestionar conflictos laborales de manera proactiva y constructiva
- Diseñar estrategias de comunicación interna para fortalecer las relaciones laborales
- Desarrollar una comprensión integral de la legislación laboral y su aplicación práctica
- Crear programas de desarrollo organizacional orientados a la productividad y el clima laboral
- Aplicar herramientas de gestión de talento humano en ambientes laborales complejos
- Mejorar la capacidad de tomar decisiones estratégicas en función de las necesidades laborales y sindicales
- Fomentar el trabajo colaborativo entre los diferentes actores del entorno laboral
- Optimizar la gestión de la formación continua en el ámbito de las relaciones laborales
- Desarrollar estrategias para la retención del talento en entornos sindicalizados
- Implementar técnicas avanzadas de resolución de conflictos dentro de la organización
- Desarrollar un liderazgo efectivo en la gestión de recursos humanos en contextos sindicalizados
- Establecer relaciones laborales basadas en el respeto mutuo y la cooperación
- Diseñar e implementar políticas de igualdad y diversidad en el ámbito laboral
- Evaluar el impacto de las políticas laborales en la motivación y rendimiento de los empleados
- Aplicar herramientas tecnológicas para la gestión avanzada de recursos humanos
- Desarrollar capacidades para gestionar la comunicación y la negociación en situaciones de crisis laboral

"¡Impulsa tu carrera con este posgrado! Accederás a un plan de estudios de vanguardia y una metodología que te permitirá capacitarte a tu ritmo, sin comprometer tu vida laboral o personal"

Objetivos específicos

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

- Desarrollar habilidades de liderazgo ético que integren principios de responsabilidad social empresarial en la toma de decisiones
- Capacitar en la implementación de políticas de responsabilidad social que generen un impacto positivo en la comunidad y el entorno

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* Directivo

- Ahondar en la formulación y ejecución de estrategias empresariales eficaces
- Obtener competencias en la gestión de equipos directivos para mejorar el rendimiento organizacional

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- Profundizar en la gestión efectiva del talento humano, enfocándose en la atracción, desarrollo y retención de los empleados clave
- Ser capaz de crear y gestionar equipos de alto rendimiento alineados con los objetivos organizacionales

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- Manejar herramientas innovadoras para la toma de decisiones financieras estratégicas que optimicen los recursos y aseguren la rentabilidad de la empresa
- Capacitar en la elaboración y gestión de presupuestos, informes financieros y el análisis de la viabilidad de proyectos

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- Desarrollar competencias en la planificación, coordinación y control de las operaciones logísticas dentro de la cadena de suministro
- Optimizar los procesos operacionales y reducir los costos asociados a lalogística empresarial

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- Optimizar la gestión de sistemas de información para mejorar la eficiencia organizacional
- Desarrollar habilidades para tomar decisiones sobre la implementación de sistemas de información alineados a los objetivos empresariales

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- Formar en la creación y ejecución de estrategias comerciales y de marketing que alineen la oferta empresarial con las demandas del mercado
- Desarrollar competencias en la gestión de la comunicación corporativa para fortalecer la imagen de marca

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- Dominar el uso de herramientas y metodologías para realizar investigaciones de mercado que identifiquen oportunidades de negocio
- Gestionar campañas publicitarias efectivas y tomar decisiones estratégicas en la dirección comercial

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- Fomentar la capacidad para gestionar proyectos innovadores que aporten valor y diferencien a la empresa en el mercado
- Desarrollar competencias en la planificación, ejecución y control de proyectos con un enfoque en la innovación y la sostenibilidad

Módulo 10. *Management* Directivo

- Obtener habilidades para liderar equipos directivos en entornos empresariales dinámicos y globalizados
- Capacitar para la toma de decisiones estratégicas que optimicen los recursos y mejoren el desempeño organizacional

Módulo 11. Proceso de gestión y administración de RR.HH

- Desarrollar las competencias necesarias para gestionar eficientemente el ciclo completo de recursos humanos, desde la planificación y reclutamiento hasta la administración del personal
- Promover la alineación de los objetivos de RR.HH. con las metas estratégicas de la organización

Módulo 12. Comportamiento organizacional

- Analizar cómo el comportamiento individual y grupal impacta en el rendimiento organizacional
- Brindar herramientas para gestionar equipos, mejorar el ambiente laboral y fomentar una cultura organizacional positiva

Módulo 13. *Executive coaching*

- Proporcionar las habilidades necesarias para implementar programas de *coaching* ejecutivo
- Desarrollar el liderazgo, la toma de decisiones y la gestión emocional en los directivos de las organizaciones

Módulo 14. Comunicación estratégica

- Capacitar en la creación y ejecución de estrategias de comunicación efectiva tanto interna como externa
- Mejorar las relaciones laborales, la imagen corporativa y la alineación de los equipos hacia los objetivos organizacionales

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

- Desarrollar una comprensión integral de cómo la digitalización está transformando los procesos de recursos humanos
- Ahondar en la gestión de talento hasta el uso de herramientas tecnológicas en la selección, evaluación y capacitación de empleados

Módulo 16. Teoría de las relaciones laborales

- Disponer de un marco teórico sobre las relaciones laborales, analizando las dinámicas entre empleadores y empleados, los sindicatos
- Profundizar en el impacto de las políticas laborales en la gestión de los recursos humanos dentro de las organizaciones

Módulo 17. Sociología del trabajo

- Explorar los aspectos sociales del trabajo, entendiendo las interacciones entre el entorno laboral, la estructura social y los empleados
- Analizar cómo estos factores influyen en la motivación, el rendimiento y el bienestar en el trabajo

Módulo 18. Estrategias y métodos de investigación social

- Capacitar en el diseño y aplicación de métodos de investigación social enfocados en el ámbito laboral, para analizar fenómenos organizacionales
- Ahondar en el comportamiento de los empleados y las dinámicas sociales dentro del entorno de trabajo

Módulo 19. Economía laboral y de mercado

- Desarrollar una comprensión de los principios económicos que afectan al mercado laboral, analizando la oferta y la demanda de trabajo
- Profundizar en las políticas salariales, y los factores económicos que impactan la competitividad y productividad organizacional

Módulo 20. Derecho del trabajo

- Examinar el derecho del trabajo, enfocándose en los derechos y obligaciones de empleadores y empleados, la normativa laboral
- Profundizar en las condiciones de trabajo que rigen en las organizaciones

Módulo 21. Derecho laboral colectivo

- Analizar las normativas y regulaciones relacionadas con las relaciones laborales colectivas, incluyendo los convenios colectivos y la negociación sindical
- Profundizar en la resolución de conflictos entre empleados y empleadores a nivel colectivo

Módulo 22. Gestión de políticas en intermediación laboral

- Capacitar en el desarrollo e implementación de políticas de intermediación laboral, facilitando la relación entre los demandantes de empleo y las organizaciones
- Mejorar la colocación laboral y las condiciones del mercado de trabajo

Módulo 23. Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR.HH

- Desarrollar estrategias para promover la igualdad de oportunidades y la gestión de la diversidad dentro de los recursos humanos
- Fomentar un ambiente laboral inclusivo y equitativo que favorezca el desarrollo del talento diverso

Módulo 24. Gestión del entorno laboral I

- Analizar los factores que afectan el entorno laboral, desde la cultura organizacional hasta el clima laboral
- Diseñar estrategias que mejoren la productividad, el bienestar de los empleados y la eficiencia organizacional

Módulo 25. Gestión del entorno laboral II

- Profundizar en las estrategias de gestión del entorno laboral, considerando el impacto de las políticas de recursos humanos en la motivación y el desempeño de los empleados
- Desarrollar medidas para optimizar la satisfacción laboral y reducir el estrés en el trabajo

05

Salidas profesionales

Tras finalizar este Grand Master, los profesionales adquirirán una sólida comprensión de las estrategias avanzadas en gestión de Recursos Humanos y Relaciones Sindicales. Además, los egresados estarán capacitados para diseñar e implementar políticas laborales efectivas que fomenten un entorno de trabajo equitativo y productivo. De este modo, los expertos mejorarán sus perspectivas profesionales y asumirán roles especializados como Director de Recursos Humanos o Asesor en Relaciones Sindicales.

Liderarás el departamento de Recursos Humanos, desarrollando estrategias alineadas con los objetivos corporativos"

Perfil del egresado

El egresado del programa universitario en Relaciones Sindicales es un profesional altamente capacitado para gestionar las necesidades de personal y las relaciones laborales en organizaciones de diversos sectores. Posee un profundo conocimiento de las estrategias de gestión del talento, negociación sindical y normativas laborales, necesarias para fomentar un ambiente de trabajo equitativo y productivo. Además, está preparado para diseñar e implementar políticas de RR.HH., colaborar con equipos multidisciplinarios y actuar como mediador entre la dirección, los empleados y los sindicatos, promoviendo relaciones laborales armoniosas y el desarrollo organizacional.

Diseñarás sistemas de remuneración y beneficios para retener el talento en las organizaciones.

- **Liderazgo Estratégico:** Los profesionales desarrollan la capacidad de liderar y dirigir equipos de recursos humanos, alineando las estrategias de gestión del talento con los objetivos organizacionales para impulsar el crecimiento y la eficiencia empresarial
- **Negociación y Resolución de Conflictos:** Los egresados adquieren competencias avanzadas en técnicas de negociación y mediación, permitiéndoles resolver disputas laborales y alcanzar acuerdos beneficiosos para todas las partes involucradas
- **Pensamiento Crítico y Toma de Decisiones:** Desarrollan la capacidad de analizar situaciones complejas, evaluar alternativas y tomar decisiones informadas que optimicen la gestión de recursos humanos y las relaciones laborales dentro de la organización
- **Gestión del Cambio Organizacional:** Los profesionales están preparados para liderar y gestionar procesos de cambio, facilitando la adaptación de la organización a nuevas circunstancias y mejorando la resiliencia empresarial

Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Director de Recursos Humanos:** Gestor de departamentos de recursos humanos en diversas organizaciones, supervisando la planificación estratégica del talento y las políticas laborales.
2. **Especialista en Relaciones Sindicales:** Gestor de las relaciones entre la empresa y los sindicatos, asegurando el cumplimiento de acuerdos laborales y resolviendo conflictos
3. **Gerente de Desarrollo Organizacional:** Diseñador de estrategias para el desarrollo y crecimiento organizacional, mejorando la eficiencia y el clima laboral.
4. **Consultor en Gestión del Talento:** Asesor en empresas para la identificación, atracción y retención de talento, desarrollando programas de formación y planes de carrera para empleados.
5. **Coordinador de Compensaciones y Beneficios:** Encargado de diseñar y administrar paquetes de compensaciones y beneficios, asegurando su competitividad y alineación con los objetivos empresariales.
6. **Analista de Clima Laboral:** Responsable de evaluar el ambiente de trabajo mediante encuestas y análisis, proponiendo mejoras para aumentar la satisfacción y productividad de los empleados.
7. **Responsable de Cumplimiento Laboral:** Encargado de que la organización cumpla con todas las normativas y leyes laborales, gestionando auditorías internas y asesorando sobre cambios legislativos.
8. **Director de Diversidad e Inclusión:** Diseñador de políticas y prácticas que fomenten un entorno laboral diverso e inclusivo, asegurando la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores.
9. **Gerente de Relaciones Laborales:** Gestor de las interacciones entre la dirección y los empleados, facilitando la negociación de contratos y manejando disputas laborales de manera efectiva.

06

Metodología de estudio

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

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

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

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

Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

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

Case studies o Método del caso

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

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

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

Método *Relearning*

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

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

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

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

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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

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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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

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

Material de estudio

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

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

Prácticas de habilidades y competencias

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

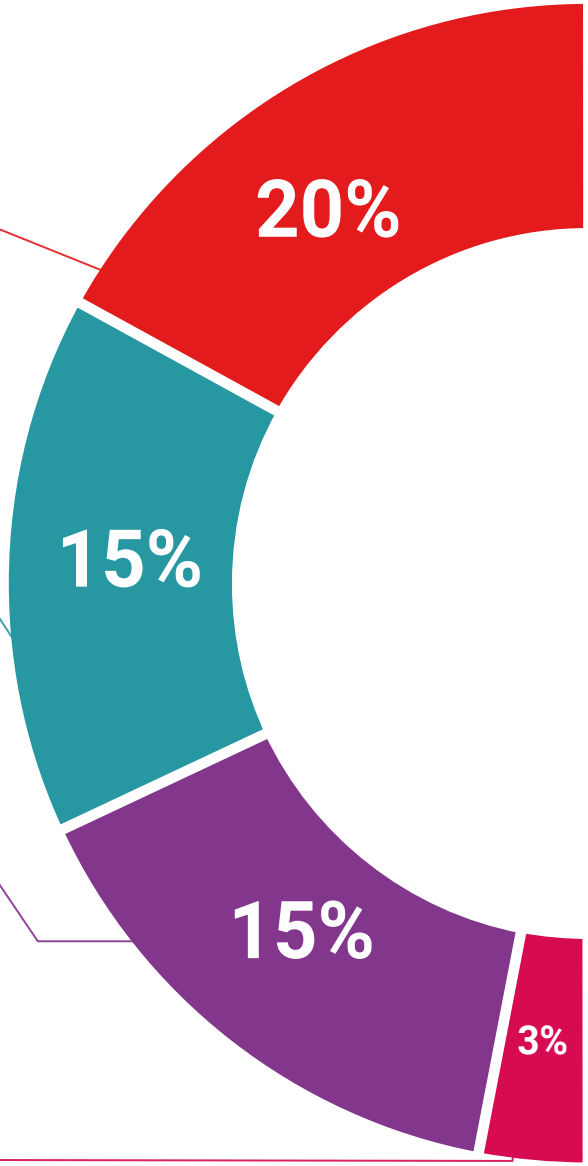
Resúmenes interactivos

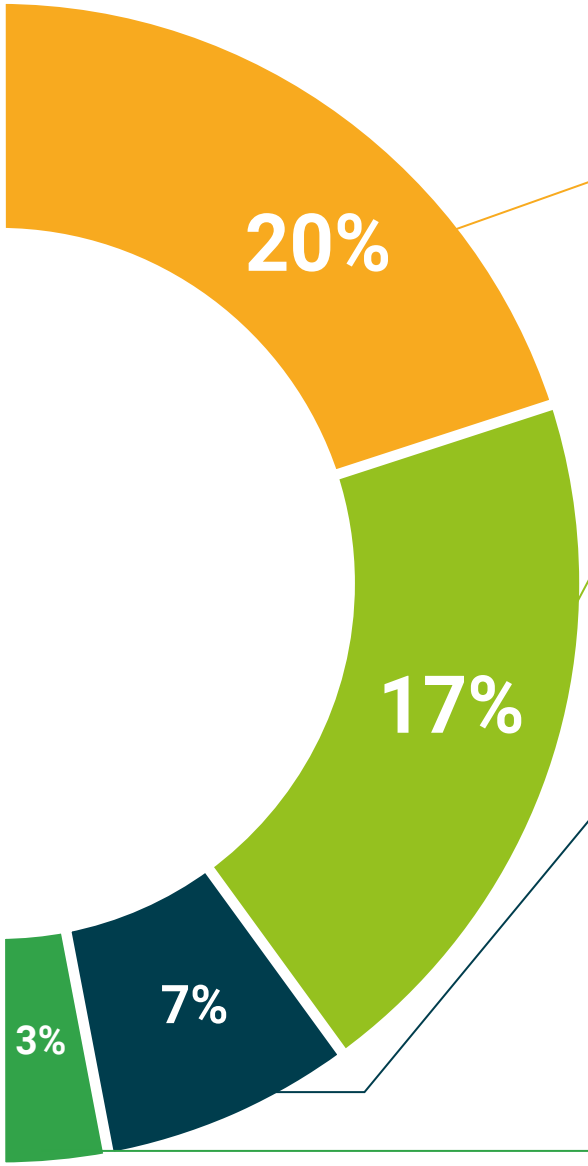
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Lecturas complementarias

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





Case Studies

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

Testing & Retesting

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

Clases magistrales

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

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

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

07

Cuadro docente

La filosofía de TECH consiste en ofrecer las titulaciones universitarias más pragmáticas, completas y actualizadas del panorama académico. Para lograrlo, lleva a cabo un minucioso proceso para constituir cada uno de sus claustros docentes. Como resultado, el presente Grand Master cuenta con la colaboración de auténticas referencias en el campo de la Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales. De este modo, ha confeccionado una variedad de materiales didácticos que sobresalen tanto por su excelsa calidad como por adaptarse a las exigencias del mercado laboral actual.

Estarás asesorado en todo momento por el equipo docente, conformado con profesionales con gran experiencia en la Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales"

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

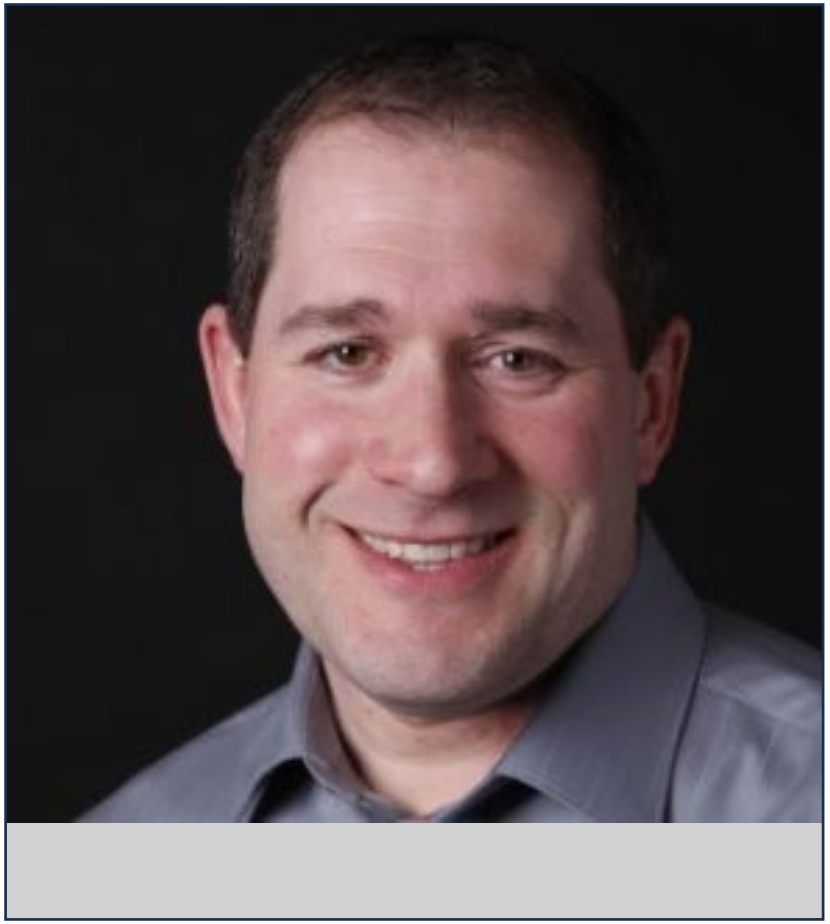
"Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo"

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 tecnológic**o. 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 Luminate 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 *Bussiness 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 programa 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 c**omerciales 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 programa 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

D. González Ferrer, Óliver

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

Profesores

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

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

Dña. Cañas García, Ana
- Jefe de Personal Interino en Jotelulu
- Socia-Consultora y Coordinadora del Área de Talento Digital en Cohaerentis
- Consultora de Talento Digital en Talenttics
- Consultora de Reclutamiento Internacional en Grupo Binternational
- Consultora de Selección en ARG Human Resources Advisor
- Licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III
- Diplomada en Relaciones Laborales por la Universidad Carlos III

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

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

08

Titulación

El Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Global University.

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ***(boletín oficial)***. Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

TECH es miembro de la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, organización que se destaca por su enfoque profesional en las ciencias empresariales y el continuo apoyo al desarrollo de los estudiantes de negocios. Esto lo logran a través de una multitud de talleres, cursos y programas didácticos que le ayudarán al alumno a incursionar en el mundo empresarial. De igual manera la EBEA promueve la integración de sus miembros en el mundo profesional mediante su vinculación con entidades privadas en las que el alumno tendrá la oportunidad de acceder al terminar el programa académico.

TECH es miembro de: ebea

Título: **Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**

tech global university

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

Se trata de un título propio de 3.600 horas de duración equivalente a 120 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR235 techtitute.com/titulos

Grand Master en Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	5	OB
1º	Dirección estratégica y *Management* Directivo	5	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	5	OB
1º	Dirección económico-financiera	5	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	5	OB
1º	Dirección de sistemas de información	5	OB
1º	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa	5	OB
1º	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial	5	OB
1º	Innovación y Dirección de Proyectos	5	OB
1º	*Management* Directivo	5	OB
1º	Proceso de gestión y administración de RR.HH	5	OB
1º	Comportamiento organizacional	5	OB

Curso	Materia	ECTS	Carácter
2º	*Executive coaching*	5	OB
2º	Comunicación estratégica	5	OB
2º	Transformación de los Recursos Humanos en la era digital	5	OB
2º	Teoría de las relaciones laborales	5	OB
2º	Sociología del trabajo	5	OB
2º	Estrategias y métodos de investigación social	5	OB
2º	Economía laboral y de mercado	5	OB
2º	Derecho del trabajo	5	OB
2º	Derecho laboral colectivo	4	OB
2º	Gestión de políticas en intermediación laboral	4	OB
2º	Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR.HH	4	OB
2º	Gestión del entorno laboral I	4	OB
2º	Gestión del entorno laboral II	4	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

Grand Master
Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

- Modalidad: **online**
- Duración: **2 años**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **120 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Grand Master

Alta Dirección de Recursos Humanos, Experto en Relaciones Sindicales

TECH es miembro de:

tech global university