

Grand Master

Alta Gestión de Proyectos Empresariales

G M A G P E



Grand Master Alta Gestión de Proyectos Empresariales

- » 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-gestion-proyectos-empresariales

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 22

06

Estructura y contenido

pág. 30

07

Metodología

pág. 66

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 74

09

Dirección del curso

pág. 78

10

Impacto para tu carrera

pág. 104

11

Beneficios para tu empresa

pág. 108

12

Titulación

pág. 112

01 Bienvenida

Para llevar a una compañía al éxito, es necesario tener las mejores respuestas para los retos económicos actuales. Así, en los últimos años han sucedido numerosos fenómenos que han provocado crisis, inestabilidad e incertidumbre. Por esa razón, disponer de las herramientas de gestión adecuadas es fundamental para que la empresa alcance sus objetivos. Ante esto, TECH presenta una titulación universitaria que ofrecerá al profesional la oportunidad de integrar en su trabajo diario las mejores técnicas de gestión, liderazgo y dirección aplicadas a la administración de proyectos empresariales. De este modo, le proporcionará los contenidos más avanzados en las metodologías predictivas, en la gestión del cambio o en la gestión de la calidad total en las organizaciones, pudiendo convertirse en un gran directivo. Todo ello, con el acompañamiento del cuadro docente más prestigioso en este ámbito, y con una metodología de enseñanza 100% online que se adaptará a las circunstancias personales del profesional.



Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales
TECH Global University



“

Este programa te permitirá dominar los aspectos fundamentales de la gestión de cualquier tipo de proyecto empresarial, preparándote para impulsar el éxito a tu compañía”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

En TECH Global University



Innovación

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

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



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



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



Análisis

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



Excelencia académica

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



Economía de escala

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



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

Por medio de este Grand Master, los egresados incorporarán a su praxis diaria los mejores métodos de gestión empresarial, de un modo completo e integral, abarcando todos los aspectos relevantes de esta área. De esta forma, los profesionales tendrán a su disposición un amplio abanico de recursos para superar cualquier desafío que surja durante el ejercicio de su labor. Asimismo, los estudiantes obtendrán habilidades avanzadas que le permitirán potenciar su rol como líderes directivos e impulsar a sus compañías a lo más alto.



“

Este programa universitario te permitirá alcanzar todos tus objetivos y hacer que tu compañía cumpla los suyos”

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

El **Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales** capacitará al alumno para:

01

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

04

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

02

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

03

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

05

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



06

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

08

Crear estrategias innovadoras acordes con los diferentes proyectos



07

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

09

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

10

Determinar cómo han de comunicarse los hechos de desempeño al comité de seguimiento para que tomen decisiones basadas en datos

11

Analizar los principales marcos de procesos estandarizados a nivel mundial para gestionar proyectos predictivos

12

Examinar los principales elementos diferenciales entre los principales marcos de procesos

13

Desarrollar una comprensión global del sentido y propósito del liderazgo para hacer un buen uso, consciente, de las herramientas de gestión a la hora de gestionar a las personas, a los equipos

14

Integrar y utilizar dichas herramientas en el día a día del jefe de Proyecto, así como los modelos de Liderazgo y gestión de equipos, para facilitar la labor de dirección de proyectos

15

Fomentar la auto crítica para conseguir mejor resultados en su gestión y para seguir progresando continuamente



16

Analizar la forma de organización de una empresa multinacional y su influencia sobre la gestión de los proyectos

18

Desarrollar conocimiento especializado sobre Calidad y su importancia en las organizaciones



19

Desarrollar las claves para la implantación de un sistema de gestión de la calidad

17

Generar conocimiento especializado sobre las medidas de seguridad de la información que debe conocer un director de proyectos

20

Enfocar el sistema de gestión ambiental con el objetivo de minimizar los impactos ambientales priorizando la mejora continua

21

Dar cumplimiento a la normativa vigente y disponer de la documentación mínima requerida para desarrollar un correcto sistema de gestión de la prevención

24

Enfocar el sistema de gestión de prevención de riesgos laborales en el principal objetivo de minimizar los accidentes laborales y, además, priorizando la mejora continua

22

Analizar la gestión operativa de la prevención de riesgos laborales para poder realizar una gestión eficaz en tema de prevención de riesgos



23

Elaborar una adecuada identificación de peligros y evaluación de riesgos en la seguridad y salud en el trabajo

25

Integrar la responsabilidad social corporativa en la línea estratégica de la organización

26

Incluir la responsabilidad social corporativa en las personas a través de la igualdad y la no discriminación

28

Interpretar y aplicar las distintas normas que explican la integración de sistemas de gestión

29

Analizar los principios en los que se basan las auditorías y que deben prevalecer durante el desarrollo de las mismas

27

Capacitar para llevar a cabo una política alineada en todos los sistemas que forman parte de la integración

30

Generar conocimiento especializado para la realización del programa de auditorías para llevarlas a cabo de la forma más eficaz y eficiente



05

Competencias

En su búsqueda por ofrecer la mejor experiencia académica, TECH ha diseñado su método de aprendizaje enfocándolo eminentemente a la práctica. Así, los especialistas desarrollarán a lo largo del programa las mejores técnicas de gestión, que podrá poner en funcionamiento directamente en su trabajo. Este Grand Master, por tanto, se define por su utilidad, al transmitir conocimientos aplicables en el ámbito empresarial, y por sus contenidos novedosos, que permitirán al alumno estar al día de los últimos avances en esta área.



“

Gracias a este plan de estudios, obtendrás las habilidades directivas y de gestión necesarias para impulsar un gran proyecto empresarial”

01

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

02

Aplicar las metodologías de gestión Lean

03

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

04

Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

05

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



06

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

08

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



09

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

07

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

10

Elaborar y liderar planes de marketing

11

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

12

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

13

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

14

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

15

Dirigir de proyectos en el entorno de grandes organizaciones



16

Trabajar como responsables jerárquicos de departamentos operativos o de soporte

18

Gestionar proyectos en un entorno multinacional

19

Gestionar a las personas del equipo y los *stakeholders* del proyecto

17

Tener una visión integradora dirigida a maximizar siempre los resultados de los proyectos y sus beneficios para el negocio y los beneficiarios de su ejecución

20

Actuar como un verdadero gestor/catalizador del cambio en las organizaciones



21

Actuar en el entorno de una gran empresa u organización

24

Comprender los diferentes enfoques y estrategias de gestión ante el reto de alcanzar los objetivos de proyecto

22

Ejercer la representación de la empresa y el proyecto hacia clientes y proveedores



23

Conocer en profundidad el entorno y las metodologías predictivas que puedan ayudar a actuar con seguridad

25

Profundizar en la compensación como una herramienta estratégica de gestión

26

Ser capaz de Implantar Sistemas Integrados de Gestión en materia de Calidad, Medioambiente, PRL, RSC y Seguridad de la Información, tomando como base los estándares de reconocimiento internacional

28

Aplicar los requisitos definidos por las normas de referencia de cada uno de los cinco ámbitos

29

Diseñar un plan de gestión integrado para la empresa que ayude a la mejora continua de la organización

27

Mejorar los procesos internos de las organizaciones en las materias de calidad, medio ambiente, PRL, RSC y seguridad de la información mediante el conocimiento de herramientas claves

30

Desarrollar y mejorar las habilidades de liderazgo y dirección para implementar cualquier SIG que requiera una empresa



06

Estructura y contenido

Este Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales se estructura en 30 módulos especializados, a través de los cuales los alumnos profundizarán en los últimos avances en las mejores herramientas de gobernanza de proyectos, en el liderazgo en la gestión de proyectos, en la toma de decisiones, en la negociación y gestión de conflictos, en la gestión del medio ambiente en las organizaciones o en la gestión de la prevención de riesgos laborales en las organizaciones, entre otros. Esto enriquecerá su praxis diaria hacia un nivel superior, que permitirá a los expertos convertirse en activos importantes en sus compañías.



“

No encontrarás un temario más completo y actualizado enfocado a la Alta Gestión de Proyectos Empresariales. ¡Inscríbete ya!”

Plan de estudios

El Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales de TECH Global university es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

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

Este programa trata en profundidad las principales áreas de la Alta Gestión de Proyectos Empresariales desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

Módulo 1	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 2	Dirección estratégica y <i>Management</i> Directivo
Módulo 3	Dirección de personas y gestión del talento
Módulo 4	Dirección económico-financiera
Módulo 5	Dirección de operaciones y logística
Módulo 6	Dirección de sistemas de información
Módulo 7	Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa
Módulo 8	Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial
Módulo 9	Innovación y Dirección de Proyectos
Módulo 10	<i>Management</i> Directivo
Módulo 11	Gestión de proyectos con Metodologías Predictivas
Módulo 12	<i>Management</i> : Organización Empresarial y Gestión De Proyectos
Módulo 13	Ciclos de Vida de Proyectos en Metodologías Predictivas
Módulo 14	<i>Hard Skills</i> para la Dirección de Proyectos
Módulo 15	Marcos de Trabajo y Metodologías Predictivas de Gestión de Proyectos

Módulo 16	Gestión de Requisitos en Proyectos Predictivos
Módulo 17	Herramientas Tecnológicas de Ayuda a la Gestión Predictiva de Proyectos
Módulo 18	Liderazgo y gestión de personas. Gestión de proyectos y gestión del cambio en grandes organizaciones
Módulo 19	Competencias y Habilidades (<i>Soft Skills</i>) para el Project Manager
Módulo 20	Aspectos legales para la Gestión de Proyectos
Módulo 21	Gestión de la Calidad Total en las Organizaciones
Módulo 22	Sistema de gestión de la calidad ISO 9001: 2015
Módulo 23	Modelo EFQM. Gestión de la Excelencia
Módulo 24	Gestión del medio ambiente en las organizaciones
Módulo 25	Sistema de gestión del medio ambiente. ISO 14001: 2015
Módulo 26	Gestión de la prevención de riesgos laborales en las organizaciones
Módulo 27	Sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales. ISO 45001: 2018
Módulo 28	Responsabilidad social corporativa y seguridad de la información. ISO 27001
Módulo 29	Integración de Sistemas de Gestión
Módulo 30	Auditorías de Sistemas Integrados de Gestión en base a la norma ISO 19011: 2018

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales de manera totalmente online. Durante los 24 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

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

1.1. Globalización y Gobernanza

- 1.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
- 1.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
- 1.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

1.2. Liderazgo

- 1.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
- 1.2.2. Liderazgo en las empresas
- 1.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 1.3.3. Gestión de la Diversidad

1.4. Desarrollo directivo y liderazgo

- 1.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
- 1.4.2. Concepto de Liderazgo
- 1.4.3. Teorías del Liderazgo
- 1.4.4. Estilos de Liderazgo
- 1.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
- 1.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

1.5. Ética empresarial

- 1.5.1. Ética y Moral
- 1.5.2. Ética Empresarial
- 1.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

1.6. Sostenibilidad

- 1.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Las empresas sostenibles

1.7. Responsabilidad Social de la Empresa

- 1.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 1.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 1.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

1.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 1.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 1.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 1.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 1.8.4. Herramientas y estándares de la RSC

1.9. Multinacionales y derechos humanos

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

1.10. Entorno legal y Corporate Governance

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

Módulo 2. Dirección estratégica y Management Directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional

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

2.2. Estrategia Corporativa

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

2.3. Planificación y Formulación Estratégica

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

2.4. Pensamiento estratégico

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

2.5. Diagnóstico Financiero

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

2.6. Planificación y Estrategia

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

2.7. Modelos y Patrones Estratégicos

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

2.8. Estrategia Competitiva

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

2.9. Dirección Estratégica

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

2.10. Implementación de la Estrategia

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

2.11. Management Directivo

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

2.12. Comunicación Estratégica

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

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

3.1. Comportamiento Organizacional

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

3.2. Las personas en las organizaciones

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

3.3. Dirección Estratégica de personas

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

3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada

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

3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RRHH

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

3.6. Gestión de recursos humanos por competencias

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

3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

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

3.8. Gestión de la formación

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

3.9. Gestión del talento

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

3.10. Innovación en gestión del talento y las personas

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

3.11. Motivación

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

3.12. Employer Branding

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

3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño

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

3.14. Desarrollo competencial directivo

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

3.15. Gestión del tiempo

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

3.16. Gestión del cambio

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

3.17. Negociación y gestión de conflictos

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

3.18. Comunicación directiva

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

3.19. Gestión de Recursos Humano y equipos PRL

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

3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento

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

3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria

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

3.22. Innovación en gestión del talento y las personas II

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

3.23. Gestión del conocimiento y del talento

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

3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital

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

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno Económico

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

4.2. La financiación de la empresa

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

4.3. Contabilidad Directiva

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

4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes

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

4.5. Sistemas de información y Business Intelligence

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

4.6. Presupuesto y Control de Gestión

- 4.6.1. El modelo presupuestario
- 4.6.2. El Presupuesto de Capital
- 4.6.3. La Presupuesto de Explotación
- 4.6.4. 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

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

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Entornos tecnológicos

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

6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa

- 6.2.1. Evolución del modelo de IT
- 6.2.2. Organización y departamento IT
- 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico

6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica

- 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
- 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
- 6.3.3. Estrategia corporativa vs. Estrategia tecnológica y digital

6.4. Dirección de Sistemas de Información

- 6.4.1. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
- 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
- 6.4.3. Directivos expertos en sistemas de información: roles y funciones

6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información

- 6.5.1. Sistemas de información y estrategia corporativa
- 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información

6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones

- 6.6.1. *Business intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC o Cuadro de mando Integral

6.7. Explorando la información

- 6.7.1. SQL: bases de datos relacionales. Conceptos básicos
- 6.7.2. Redes y comunicaciones
- 6.7.3. Sistema operacional: modelos de datos normalizados
- 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
- 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes

6.8. *Business Intelligence* empresarial

- 6.8.1. El mundo del dato
- 6.8.2. Conceptos relevantes
- 6.8.3. Principales características
- 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
- 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
- 6.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science

6.9. Nuevo concepto empresarial

- 6.9.1. ¿Por qué BI?
- 6.9.2. Obtención de la información
- 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
- 6.9.4. Razones para invertir en BI

6.10. Herramientas y soluciones BI

- 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
- 6.10.4. Prometeus

6.11. Planificación y dirección Proyecto BI

- 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
- 6.11.2. Solución BI para la empresa
- 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos

6.12. Aplicaciones de gestión corporativa

- 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
- 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
- 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* o ERP

6.13. Transformación Digital

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

6.14. Tecnologías y tendencias

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

6.15. *Outsourcing* de TI

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

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

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

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

8.1. Investigación de Mercados

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

8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas

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

8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas

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

8.4. Segmentación de mercados

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

8.5. Gestión de proyectos de investigación

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

8.6. La investigación de mercados internacionales

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

8.7. Los estudios de viabilidad

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

8.8. Publicidad

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

8.9. Desarrollo del plan de Marketing

- 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
- 8.9.2. Análisis y Diagnóstico de la Situación
- 8.9.3. Decisiones Estratégicas de Marketing
- 8.9.4. Decisiones Operativas de Marketing

8.10. Estrategias de promoción y Merchandising

- 8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada
- 8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria
- 8.10.3. El Merchandising como técnica de Comunicación

8.11. Planificación de medios

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

8.12. Fundamentos de la dirección comercial

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

8.13. Negociación comercial

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

8.14. Toma de decisiones en gestión comercial

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

8.15. Dirección y gestión de la red de ventas

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

8.16. Implementación de la función comercial

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

8.17. Gestión de cuentas clave

- 8.17.1. Concepto de la Gestión de Cuentas Clave
- 8.17.2. El *Key Account Manager*
- 8.17.3. Estrategia de la Gestión de Cuentas Clave

8.18. Gestión financiera y presupuestaria

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

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

9.1. Innovación

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

9.2. Estrategia de Innovación

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

9.3. *Project Management* para *Startups*

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

9.4. Diseño y validación del modelo de negocio

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

9.5. Dirección y Gestión de Proyectos

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

9.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación

- 9.6.1. Concepto de Gestión del Cambio
- 9.6.2. El Proceso de Gestión del Cambio
- 9.6.3. La implementación del cambio

9.7. Gestión de la comunicación de proyectos

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

9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras

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

9.9. Creación de una *startup*

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

9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

- 9.10.1. Planificar riesgos
- 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
- 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

Módulo 10. Management Directivo

10.1. General Management

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

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

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

10.3. Dirección de operaciones

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

10.4. Oratoria y formación de portavoces

- 10.4.1. Comunicación interpersonal
- 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 10.4.3. Barreras en la comunicación

10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

- 10.5.1. La comunicación interpersonal
- 10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 10.5.3. La comunicación en la organización
- 10.5.4. Herramientas en la organización

10.6. Comunicación en situaciones de crisis

- 10.6.1. Crisis
- 10.6.2. Fases de la crisis
- 10.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

10.7. Preparación de un plan de crisis

- 10.7.1. Análisis de posibles problemas
- 10.7.2. Planificación
- 10.7.3. Adecuación del personal

10.8. Inteligencia emocional

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

10.9. Branding Personal

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

10.10. Liderazgo y gestión de equipos

- 10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 10.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 10.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 10.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

Módulo 11. Gestión de proyectos con Metodologías Predictivas

11.1. Gestión de proyectos

- 11.1.1. Proyectos vs. operaciones. Proceso y proyecto
- 11.1.2. La gestión de proyectos. Relevancia
- 11.1.3. Entornos VUCA y gestión de proyectos
- 11.1.4. Visión de entorno: metodologías predictivas y entornos ágiles

11.2. Gestión de proyectos, programas y portfolio

- 11.2.1. Diferencias entre la gestión de proyectos, programas y portfolio
- 11.2.2. Alineamiento con el negocio y la estrategia de la organización
- 11.2.3. Organizacional Project Management (OPM)

11.3. Estructura organizativa del proyecto

- 11.3.1. El rol de director de proyectos, funciones y atribuciones
- 11.3.2. Funciones y atribuciones
- 11.3.3. El equipo de proyecto
- 11.3.4. Orientación al cliente y orientación a resultados

11.4. El proceso de gestión de proyectos: actividades y áreas de gestión

- 11.4.1. Esfuerzo de gestión vs. esfuerzo de ejecución
- 11.4.2. Áreas de gestión en cualquier proyecto
- 11.4.3. Metodología de gestión de proyectos en la organización

11.5. Ciclo de vida de los proyectos en la organización

- 11.5.1. Ciclos de vida en la organización en función de la tipología de proyectos (I+D, implantación, diseño de productos...)
- 11.5.2. Normalización interna: ciclo de vida estándar en la organización
- 11.5.3. Proyectos y subproyectos, fases y actividades

11.6. Entornos de emprendimiento de proyectos

- 11.6.1. Entornos y razones para emprender proyectos. Selección de proyectos
- 11.6.2. Proyectos de empresa y proyectos guiados por la administración. Procesos de contratación vs. licitación
- 11.6.3. Oferta y compromiso con el cliente y el promotor. Definición vs. formulación de proyectos
- 11.6.4. Relación entre el entorno de ejecución y la metodología a emplear

11.7. La evaluación de los resultados del proyecto

- 11.7.1. Técnicas de evaluación de resultados del proyecto
- 11.7.2. Evaluación interna de resultados para la organización
- 11.7.3. Cumplimiento de requisitos vs. satisfacción de expectativas del cliente
- 11.7.4. Aseguramiento del valor y efectos a largo plazo

11.8. Gestión de proyectos en el contexto de grandes sistemas

- 11.8.1. Relación entre la gestión de proyectos y la ingeniería de sistemas
- 11.8.2. Visión sistémica de la gestión de proyectos
- 11.8.3. Influencia del grado de complejidad sobre la gestión del proyecto

11.9. Gestión de proyectos en el contexto de pequeñas organizaciones

- 11.9.1. La gestión de proyectos aplicada en el entorno PYME
- 11.9.2. Microproyectos y adaptación de la metodología
- 11.9.3. Outsourcing de la gestión del proyecto

11.10. Tendencias actuales en la gestión de proyectos

- 11.10.1. Ni predictivo ni ágil: hibridación
- 11.10.2. Lean Project Management
- 11.10.3. Proyectos y transformación digital
- 11.10.4. Impacto de las nuevas tecnologías en la gestión de proyectos

Módulo 12. Management: Organización Empresarial y Gestión De Proyectos

12.1. Organización y áreas funcionales de una organización

- 12.1.1. Dirección de la organización: asamblea de accionistas, comité de dirección y consejero delegado
- 12.1.2. Áreas transversales: finanzas, RR.HH, calidad, compras, logística
- 12.1.3. Áreas comerciales, producto y marketing
- 12.1.4. Áreas operativas por procesos y proyectos. I+D, ingeniería de producción, instalaciones, operaciones
- 12.1.5. Soporte a ventas (preventiva, postventa), operaciones y mantenimiento

12.2. Estructuras organizativas orientadas a la gestión de proyectos

- 12.2.1. Tipos de organización en la estructura de la empresa
- 12.2.2. Estructuras organizativas de tipo matricial orientadas a la ejecución por proyectos
- 12.2.3. Complejidad de las relaciones entre áreas funcionales. Compartición de recursos

12.3. Finanzas y economía de empresas

- 12.3.1. Información financiera y toma de decisiones
- 12.3.2. Estados financieros. El balance y la cuenta de resultados
- 12.3.3. Análisis de inversiones. Variación del valor monetario en el tiempo

12.4. Gestión de costes

- 12.4.1. Clasificación y tipos de costes
- 12.4.2. Asignación de costes directos e indirectos
- 12.4.3. Gestión de costes asociada a la gestión de proyectos

12.5. Calidad aplicada a la gestión de proyectos

- 12.5.1. Calidad del producto y calidad del proyecto
- 12.5.2. Relación entre el alcance comprometido y la calidad
- 12.5.3. Control de calidad vs. aseguramiento de la calidad
- 12.5.4. Generación de valor y eliminación del desperdicio

12.6. Gestión financiera de proyectos

- 12.6.1. Análisis de la rentabilidad del proyecto
- 12.6.2. El proyecto como inversión. El ROI (Retorno sobre la Inversión)
- 12.6.3. Financiación de proyectos

12.7. Gestión de personas

- 12.7.1. Funciones y procesos del departamento de RR.HH
- 12.7.2. La gestión de personas como elemento estratégico en la organización
- 12.7.3. Desarrollo y planes de carrera. Definición del rol de responsable de proyectos

12.8. La Oficina de Proyectos (PMO)

- 12.8.1. Funciones y tipos de PMO
- 12.8.2. Apoyo a la dirección estratégica
- 12.8.3. Apoyo a la gestión de personas
- 12.8.4. Apoyo a la logística y aprovisionamiento

12.9. Gestión de proyectos y gestión del cambio

- 12.9.1. Gestión del cambio (Change Management)
- 12.9.2. Los proyectos como elemento de cambio en las organizaciones
- 12.9.3. Gestión del cambio aplicada a la gestión del proyecto

12.10. Business Análisis y Gestión de proyectos

- 12.10.1. Procesos de análisis del valor para el negocio
- 12.10.2. Relación entre el BA y la gestión de proyectos, programas y portfolio
- 12.10.3. El rol del project manager en el análisis del negocio

Módulo 13. Ciclos de Vida de Proyectos en Metodologías Predictivas

<p>13.1. Ciclos de vida de desarrollo de proyectos</p> <p>13.1.1. Ciclos de Vida de desarrollo de proyectos en cascada</p> <p>13.1.2. Ciclos de Vida de desarrollo de proyectos ágiles</p> <p>13.1.3. Ciclos de Vida de desarrollo de proyectos híbridos</p>	<p>13.2. El ciclo de vida genérico para la gestión de proyectos</p> <p>13.2.1. Ciclo de vida de producto vs. proyecto</p> <p>13.2.2. Fases de un proyecto</p> <p>13.2.3. Revisiones de fase</p>	<p>13.3. Inicio del proyecto</p> <p>13.3.1. Problemática del inicio y definición de los proyectos</p> <p>13.3.2. Acta de constitución de un proyecto predictivo</p> <p>13.3.3. Acta de constitución de un proyecto ágil</p>	<p>13.4. Modelaje de los elementos de gestión del proyecto</p> <p>13.4.1. Planificación de requisitos</p> <p>13.4.2. Planificación de paquetes de trabajo</p> <p>13.4.3. Planificación de actividades</p>
<p>13.5. Modelaje del proyecto completo</p> <p>13.5.1. Línea base de alcance</p> <p>13.5.2. Línea base de cronograma</p> <p>13.5.3. Línea base de costes y financiación</p>	<p>13.6. Plan para la dirección del proyecto</p> <p>13.6.1. Planificación de la gestión de los interesados, las comunicaciones y los recursos</p> <p>13.6.2. Planificación de la gestión de la calidad y adquisiciones</p> <p>13.6.3. Planificación de los riesgos</p>	<p>13.7. Dirección y gestión de la ejecución del proyecto</p> <p>13.7.1. Liderar al equipo</p> <p>13.7.2. Involucrar a los interesados</p> <p>13.7.3. Gestionar el conocimiento</p> <p>13.7.4. Implementar la respuesta a los riesgos</p> <p>13.7.5. Gestionar la calidad</p> <p>13.7.6. Efectuar las adquisiciones</p>	<p>13.8. Monitorización y control del desempeño técnico del proyecto</p> <p>13.8.1. Control de las líneas base</p> <p>13.8.2. Control de los recursos</p> <p>13.8.3. Control de los riesgos</p> <p>13.8.4. Control de la calidad</p> <p>13.8.5. Control de las adquisiciones</p>
<p>13.9. Gobernanza del proyecto</p> <p>13.9.1. Estructuras de gobernanza de proyectos: PMO, comité de seguimiento y comité de control de cambios</p> <p>13.9.2. Monitorización de las comunicaciones y la involucración de los interesados</p> <p>13.9.3. Funciones del comité de seguimiento del proyecto</p> <p>13.9.4. Funciones del comité de control de cambios del proyecto</p>	<p>13.10. Cierre del Proyecto o Fase</p> <p>13.10.1. Tareas esenciales en el cierre</p> <p>13.10.2. El registro de lecciones aprendidas</p> <p>13.10.3. Errores comunes en el cierre</p> <p>13.10.4. Cierre administrativo y cierre con el cliente</p> <p>13.10.5. Cierre y disolución del equipo de proyecto</p>		

Módulo 14. “Hard Skills” para la Dirección de Proyectos

14.1. Líneas del proyecto: alcance, tiempo y coste

- 14.1.1. Línea base de alcance
- 14.1.2. Línea base de cronograma
- 14.1.3. Línea base de costes

14.2. Planificación de alcance, cronograma y coste

- 14.2.1. Técnicas de estimación de duraciones y costes
- 14.2.2. Planificación de los requisitos de la financiación
- 14.2.3. Método PERT

14.3. Monitorización y control del alcance, cronograma y costes

- 14.3.1. Método del camino crítico
- 14.3.2. Método de cadena crítica
- 14.3.3. Método del valor ganado

14.4. Cuadro de mando para la gestión de proyectos

- 14.4.1. Representación visual de la información de avance
- 14.4.2. Cuadros de mando cualitativos y cuantitativos
- 14.4.3. Indicadores clave KPI y OKR

14.5. Gestión de riesgos

- 14.5.1. Incertidumbre, amenaza, oportunidad y supuesto
- 14.5.2. Planificar riesgos
- 14.5.3. Controlar riesgos

14.6. Gestión cualitativa de riesgos

- 14.6.1. Estructuras de descomposición de riesgos
- 14.6.2. Técnicas de identificación de riesgos
- 14.6.3. Matriz probabilidad x impacto

14.7. Gestión cuantitativa de riesgos

- 14.7.1. Método del valor monetario esperado
- 14.7.2. Método del árbol de decisiones
- 14.7.3. Método del diagrama de tornado

14.8. Cálculo de reservas

- 14.8.1. Reservas de plazo y presupuesto
- 14.8.2. Reservas de contingencia
- 14.8.3. Reservas de gestión

14.9. Seguimiento del proyecto

- 14.9.1. Informes de estado
- 14.9.2. Informes de progreso
- 14.9.3. Registro de cambios

14.10. Simulación de Montecarlo

- 14.10.1. Aplicación del método de simulación de Montecarlo
- 14.10.2. Simulación de rango de plazos y costes
- 14.10.3. Montecarlo con Excel

Módulo 15. Marcos de Trabajo y Metodologías Predictivas de Gestión de Proyectos

<p>15.1. Diferencias entre un Marco de trabajo (Framework) y una metodología de gestión</p> <p>15.1.1. Evolución histórica de las metodologías predictivas de gestión de proyectos</p> <p>15.1.2. Estándares, marcos y guías de buenas prácticas</p> <p>15.1.3. Principales organismos generadores de doctrina en gestión de proyectos</p>	<p>15.2. PMI (Project Management Institute)</p> <p>15.2.1. La organización PMI</p> <p>15.2.2. El Project Manager Profesional (el triángulo del talento)</p> <p>15.2.3. Otras titulaciones del PMI</p>	<p>15.3. Marco de gestión de proyectos del PMI: la guía del PMBOK</p> <p>15.3.1. Personas en gestión de proyectos</p> <p>15.3.2. Entorno del negocio en gestión de proyectos</p> <p>15.3.3. Procesos de gestión de proyectos</p>	<p>15.4. Otros marcos de gestión del PMI</p> <p>15.4.1. Estándar de gestión de programas</p> <p>15.4.2. Estándar de gestión de portafolios</p> <p>15.4.3. Estándar de madurez de gestión de proyectos organizacional</p>
<p>15.5. ISO-21500</p> <p>15.5.1. Grupos de procesos de gestión de proyectos</p> <p>15.5.2. Grupos de materias de gestión de proyectos</p> <p>15.5.3. Marco de procesos de gestión de proyectos</p>	<p>15.6. PRINCE2</p> <p>15.6.1. Principios de gestión de proyectos</p> <p>15.6.2. Temas de gestión de proyectos</p> <p>15.6.3. Procesos de gestión de proyectos</p>	<p>15.7. Framework IPMA</p> <p>15.7.1. Perspectivas de gestión de proyectos</p> <p>15.7.2. Personas en gestión de proyectos</p> <p>15.7.3. Prácticas de gestión de proyectos</p>	<p>15.8. Project Management Methodology (PM2)</p> <p>15.8.1. Gobernanza y ciclo de vida de gestión de proyectos</p> <p>15.8.2. Procesos de gestión de proyectos</p> <p>15.8.3. Artefactos de gestión de proyectos</p>
<p>15.9. Enfoque del Marco Lógico (EML)</p> <p>15.9.1. Ámbitos de aplicación de EML</p> <p>15.9.2. Matriz del proyecto: objetivos, resultados, actividades</p> <p>15.9.3. Ejemplos prácticos EML</p>	<p>15.10. PM4R</p> <p>15.10.1. Inicio del proyecto</p> <p>15.10.2. Planificación del proyecto</p> <p>15.10.3. Monitorización y control del proyecto</p>		

Módulo 16. Gestión de Requisitos en Proyectos Predictivos

16.1. Gestión de requisitos en Proyectos Predictivos

- 16.1.1. El Análisis de Negocio en proyectos
- 16.1.2. Requisitos de Proyecto y de Producto
- 16.1.3. Obtención de Requisitos del Proyecto

16.2. La Gestión de Requisitos

- 16.2.1. La inadecuada gestión de requisitos como causa de fracaso en los proyectos
- 16.2.2. El rol y la función del Analista de Negocio, según el PMI®
- 16.2.3. La certificación PMI-PBA®
- 16.2.4. *Project Management Institute* (PMI®): guía práctica de análisis de negocio
- 16.2.5. *International Institute of Business Analysis* (IIBA®): *Business Analysis Body of Knowledge*® (BABOK®)
- 16.2.6. Dominios de gestión de requisitos
- 16.2.7. Tipos de requisitos de proyectos

16.3. Evaluación de las Necesidades de Negocio

- 16.3.1. Necesidad de negocio
- 16.3.2. La propuesta de valor
- 16.3.3. Objetivos del proyecto
- 16.3.4. Identificación de los interesados
- 16.3.5. Valores de los interesados

16.4. Planificación de la Gestión de Requisitos

- 16.4.1. Contexto del proyecto
- 16.4.2. Planificación de la trazabilidad de requisitos
- 16.4.3. Planificación de la gestión de requisitos
- 16.4.4. Planificación de la gestión de los cambios en los requisitos

16.5. Análisis de Requisitos

- 16.5.1. Recopilación de los requisitos
- 16.5.2. Análisis, descomposición y elaboración de los requisitos
- 16.5.3. Comparación de los requisitos con el alcance del producto
- 16.5.4. Ubicación de los requisitos
- 16.5.5. Obtención de la aprobación formal de los requisitos
- 16.5.6. Especificaciones de los requisitos
- 16.5.7. Validación de los requisitos
- 16.5.8. Especificación de los criterios de aceptación

16.6. Trazabilidad y Control de Requisitos

- 16.6.1. Trazabilidad de los requisitos
- 16.6.2. Monitorización del estado de los requisitos
- 16.6.3. Actualización del estado de los requisitos
- 16.6.4. Comunicación de los requisitos
- 16.6.5. Gestión los cambios en los requisitos

16.7. Evaluación de la Gestión de Requisitos

- 16.7.1. Validación de los resultados de las pruebas
- 16.7.2. Análisis de las no conformidades (solution gaps)
- 16.7.3. Obtención de la aprobación formal de la solución
- 16.7.4. Evaluación de los resultados de la solución

16.8. Gestión de riesgos asociado a los requisitos del proyecto

- 16.8.1. Identificación de riesgos en función de requisitos de proyecto y de producto
- 16.8.2. Riesgos específicos relacionados con la gestión de requisitos
- 16.8.3. Plan de gestión de riesgos asociado a la trazabilidad de requisitos
- 16.8.4. Opciones reales frente a inexactitud de requisitos

16.9. Gestión de la calidad asociada a la gestión de requisitos

- 16.9.1. Calidad del proyecto y requisitos de calidad
- 16.9.2. Gestión de requisitos como factor crítico de éxito del proyecto
- 16.9.3. Calidad del proyecto vs. conformidad con los requisitos

16.10. Competencias asociadas a la Gestión de Requisitos

- 16.10.1. Visión de negocio
- 16.10.2. Proyectos complejos: gestión de la complejidad
- 16.10.3. Pensamiento sistémico
- 16.10.4. Conocimiento del entorno político y social
- 16.10.5. Multiculturalidad
- 16.10.6. Habilidades de facilitación

Módulo 17. Herramientas Tecnológicas de Ayuda a la Gestión Predictiva de Proyectos

17.1. Necesidades tecnológicas en la economía de proyectos

- 17.1.1. La economía de los proyectos
- 17.1.2. El coeficiente tecnológico del project manager
- 17.1.3. Nuevas necesidades y soluciones tecnológicas en la economía de proyectos

17.2. Roles para la gestión colaborativa de proyectos

- 17.2.1. Formas de organizar proyectos
- 17.2.2. Roles de gestión de la demanda
- 17.2.3. Roles de gestión del suministro

17.3. Herramientas de análisis de requisitos

- 17.3.1. Herramientas de mapas mentales
- 17.3.2. Herramientas de modelado de datos
- 17.3.3. Herramientas de prototipado

17.4. Herramientas de comunicación en equipos virtuales

- 17.4.1. Herramientas para compartir objetos multimedia
- 17.4.2. Herramientas de compartición de ficheros
- 17.4.3. Herramientas de videoconferencias

17.5. Herramientas de mensajería instantánea

- 17.5.1. Prácticas con Telegram
- 17.5.2. Prácticas con Teams
- 17.5.3. Prácticas con Slack

17.6. Herramientas de gestión de tareas

- 17.6.1. Prácticas con Trello
- 17.6.2. Prácticas con Planner
- 17.6.3. Prácticas con Asana

17.7. Herramientas de programación de proyectos

- 17.7.1. Prácticas de planificación de fechas
- 17.7.2. Prácticas de planificación de costes
- 17.7.3. Prácticas de control de fechas y costes

17.8. Herramientas de generación de informes

- 17.8.1. Prácticas con gráficas
- 17.8.2. Prácticas con tablas dinámicas
- 17.8.3. Prácticas con Power BI

17.9. Herramientas de gobernanza de proyectos

- 17.9.1. Prácticas con gestión de portafolios y programas
- 17.9.2. Prácticas con gestión de múltiples proyectos
- 17.9.3. Prácticas con cuadros de mando

17.10. El futuro de la automatización de los proyectos

- 17.10.1. Inteligencia Artificial aplicada a proyectos
- 17.10.2. Blockchain aplicado a proyectos
- 17.10.3. Big data aplicado a proyectos

Módulo 18. Liderazgo y gestión de personas. Gestión de proyectos y gestión del cambio en grandes organizaciones

18.1. Evolución del *Management*. Tipos de liderazgo

- 18.1.1. De la Dirección de equipos a la dirección de Proyectos, Líder y Gestor (modelo de Kotter)
- 18.1.2. Liderar personas
- 18.1.3. Gestionar personas (*management*)

18.2. Liderar en Tiempos VUCA

- 18.2.1. Los retos de la Nueva Normalidad
- 18.2.2. Las nuevas competencias a desarrollar para ser líder adaptado al Mundo Vuca
- 18.2.3. El liderazgo en un mundo híbrido (el impacto de los nuevos modelos de trabajo presencial, virtual, híbrido)

18.3. Liderazgo en la gestión de proyectos

- 18.3.1. Desde el *Kick Off* de un proyecto hasta el modelo de closing & learn
- 18.3.2. La gestión de las interrelaciones dentro y fuera del equipo para que el proyecto siga adelante
- 18.3.3. Hitos de comunicación, Información y retroinformación

18.4. Gestión del cambio en las organizaciones

- 18.4.1. El modelo de gestión del Cambio (Kotter)
- 18.4.2. La curva del Cambio (Kubler Ross)
- 18.4.3. De la estrategia empresarial al proyecto concreto

18.5. Modelo de Liderazgo Situacional (Blanchard y Hersey)

- 18.5.1. Nivel de Madurez profesional
- 18.5.2. Nivel de motivación
- 18.5.3. Adaptación a las circunstancias, al contexto y a los colaboradores

18.6. Liderazgo Transformacional Bas

- 18.6.1. De la motivación a la Inspiración
- 18.6.2. Dotar de sentido y ética, la ejemplificación en un diálogo honesto
- 18.6.3. La preparación constante como adaptación y anticipación del futuro

18.7. Gestión del Compromiso

- 18.7.1. Compromiso
- 18.7.2. Gestión del Compromiso
- 18.7.3. Cómo se gestiona el Compromiso

18.8. Gestión del Desempeño

- 18.8.1. Objetivos
- 18.8.2. Conductas
- 18.8.3. Competencias
- 18.8.4. Planes de Desarrollo personal

18.9. Modelo de Gestión P.E.R.A.

- 18.9.1. Planificar - Ejecutar
- 18.9.2. Informar - retroinformar
- 18.9.3. El sentido de urgencia y los planes de Acción

18.10. El Leadership Contract o el accountability model de Vince Molinaro

- 18.10.1. Responsabilidad
- 18.10.2. Del Reto a la acción
- 18.10.3. Gestión de situaciones y decisiones difíciles
- 18.10.4. La red transversal: red de futuro, el nuevo modelo empresarial social
- 18.10.5. Conclusiones: revisión de la integración de los modelos en nuestro liderazgo diario en gestión y dirección de proyectos

Módulo 19. Competencias y Habilidades (*Soft Skills*) para el *Project Manager*

19.1. Competencias del director de proyectos

- 19.1.1. Competencias técnicas
- 19.1.2. Competencias como líder manager
- 19.1.3. Competencias como líder del equipo
- 19.1.4. Adaptación de las competencias al liderazgo en remoto, digital y virtual. Diferencias con las relaciones presenciales
- 19.1.5. Entrenamiento para una mejora continua de las habilidades para el siglo XXI mediante las habilidades básicas

19.2. La comunicación, competencia esencial

- 19.2.1. Comunicación
- 19.2.2. Hacer preguntas
- 19.2.3. Escuchar con todos los sentidos

19.3. Inspirar: visión, empatía y asertividad

- 19.3.1. Inspirar con la visión
- 19.3.2. Empatía, ponerse en el lugar de los demás
- 19.3.3. Defensa de los intereses propios y del proyecto

19.4. Negociación y gestión de conflictos

- 19.4.1. La negociación y las relaciones con los *stakeholders*
- 19.4.2. Mediación y resolución de conflictos
- 19.4.3. Conversaciones valientes

19.5. Productividad y eficacia personal

- 19.5.1. Gestión del tiempo
- 19.5.2. Organización personal
- 19.5.3. Resiliencia y control del estrés

19.6. Toma de decisiones

- 19.6.1. Petición de alternativas argumentadas
- 19.6.2. Rapidez en la toma de decisiones (el sentido de urgencia)
- 19.6.3. Herramientas para la toma de decisiones
- 19.6.4. La clave de las Bases de Datos (*Big Data*)
- 19.6.5. Aplicación del modelo *Test and Learn*

19.7. Ética y responsabilidad profesional para la dirección de proyectos

- 19.7.1. Ética en la gestión de proyectos
- 19.7.2. Aplicación de criterios éticos
- 19.7.3. Toma de decisiones difíciles

19.8. Iniciativa, curiosidad, proactividad, creatividad e Innovación

- 19.8.1. Claves de entrenamiento para la proactividad e iniciativa
- 19.8.2. Ejercicios de entrenamiento de la creatividad
- 19.8.3. Sistemática para pasar de la creatividad a la innovación

19.9. Trabajo en Equipo

- 19.9.1. Las etapas de madurez del equipo
- 19.9.2. Colaboración para la creatividad
- 19.9.3. Gestión de reuniones y encuentros enriquecedores y satisfactorios
- 19.9.4. *Feedback* y *Feedforward*: las claves para dar, pedir y recibir *feedback*
- 19.9.5. *Feedback* de reconocimiento, de Crítica constructiva mediante el *feedforward*
- 19.9.6. Planes de acción mediante la herramienta *CSS (Continue Start Stop)*

19.10. Desarrollo competencial del *Project manager*

- 19.10.1. "Gap" competencial
- 19.10.2. Opciones y estrategias de crecimiento y mejora
- 19.10.3. Plan de desarrollo personal
- 19.10.4. "Nuestros resultados son nuestros maestros"

Módulo 20. Aspectos legales para la Gestión de Proyectos

20.1. Organización de una multinacional

- 20.1.1. Características de las empresas multinacionales
- 20.1.2. Tipos de organizaciones según su estructura y según su grado de descentralización
- 20.1.3. Papel del departamento legal e identificación de stakeholders con influencia normativa o legal

20.2. La gestión de proyectos en entorno internacional. Presupuestos de la contratación internacional

- 20.2.1. Fraccionamiento jurídico y permeabilidad
- 20.2.2. Objeto. Precisiones conceptuales
- 20.2.3. Sectores del derecho internacional privado
- 20.2.4. Principio de relatividad
- 20.2.5. Fuentes normativas

20.3. Entorno legal para un director de proyectos

- 20.3.1. Mecanismos de responsabilidad frente a acuerdos contractuales
- 20.3.2. Contrato y gestión de la contratación
- 20.3.3. Obligaciones y deberes según el tipo de contrato
- 20.3.4. Seguimiento del cumplimiento de obligaciones contractuales

20.4. Estamentos a los que recurrir en caso de conflicto en el proyecto. Competencia judicial y ejecución de resoluciones

- 20.4.1. Foros exclusivos y foro general
- 20.4.2. Foro de derechos reales sobre inmueble y contratos de arrendamiento
- 20.4.3. Foro relativo a las personas jurídicas
- 20.4.4. Validez o nulidad de las inscripciones en registros públicos
- 20.4.5. Foros especiales
- 20.4.6. Foro de obligaciones contractuales
- 20.4.7. Foro de obligaciones extracontractuales
- 20.4.8. Obligación relevante
- 20.4.9. Sumisión expresa y sumisión tácita
- 20.4.10. Litispendencia y conexidad
- 20.4.11. Nociones básicas sobre competencia judicial y ejecución de resoluciones

20.5. Responsabilidad

- 20.5.1. Responsabilidad por productos
- 20.5.2. Responsabilidad civil frente a terceros
- 20.5.3. Seguros a contratar

20.6. Mecanismos de resolución alternativa de conflictos (ADR) aplicados a la dirección de proyectos

- 20.6.1. Arbitraje. Requisitos contractuales para la solicitud de arbitrajes
- 20.6.2. Funcionamiento de una corte de arbitraje
- 20.6.3. Mediación y conciliación. Mediación en ámbito internacional
- 20.6.4. Ventajas e inconvenientes

20.7. Aspectos legales en la gestión de proveedores

- 20.7.1. Ciclo de aprovisionamiento (compras) en la empresa
- 20.7.2. Mecanismos de control de las adquisiciones
- 20.7.3. Riesgos legales de la relación con el proveedor
- 20.7.4. Seguros y penalizaciones. Ventajas e inconvenientes

20.8. Necesidades de la comunicación efectiva con terceros en el ámbito legal

- 20.8.1. Medidas de seguridad de la información y privacidad
- 20.8.2. Protección de datos. Aspectos nacionales e internacionales. GDPR
- 20.8.3. Marketing directo e interés legítimo
- 20.8.4. Control empresarial del empleado
- 20.8.5. Tipos de relación con terceros
- 20.8.6. Reclamaciones y tratamiento de conflictos

20.9. Marco normativo de internet

- 20.9.1. Regulación, autorregulación y co-regulación
- 20.9.2. Gobierno de internet y gestión de nombres de dominio
- 20.9.3. Neutralidad de la red y Convergencia Tecnológica
- 20.9.4. Derechos en Internet: derecho al honor, derecho a la intimidad, derechos de imagen
- 20.9.5. Comercio electrónico y consumidores
- 20.9.6. Propiedad intelectual en el ámbito de internet. Derechos de autor
- 20.9.7. Bienes digitales y medidas de protección
- 20.9.8. Protección del mercado online

20.10. Costes y riesgos para el proyecto asociados a la normativa y legalidad

- 20.10.1. Identificación y priorización de riesgos en base a aspectos legales
- 20.10.2. Estimación de costes legales y reservas a incluir en el presupuesto del proyecto
- 20.10.3. Control de impacto legal en entorno internacional
- 20.10.4. La PMO (Project Management Office). Aspectos legales
 - 20.10.4.1. Apoyo del departamento legal y de la PMO a la dirección de proyectos
 - 20.10.4.2. Aspectos legales de la normativa de proyectos a generar y controlar desde una PMO
 - 20.10.4.3. Gestión de proyectos bajo convenios y subvenciones
 - 20.10.4.4. Tipos de reporte oficial en el proyecto: resumen ejecutivo, informes, evaluaciones, auditorías y exámenes. Aspectos legales a incluir o cumplir

Módulo 21. Gestión de la Calidad Total en las Organizaciones

21.1. La Calidad

- 21.1.1. La Calidad en las Organizaciones
- 21.1.2. La economía de la calidad. Costes de calidad
- 21.1.3. Beneficios de un sistema de gestión de calidad
- 21.1.4. Los sistemas integrados en la gestión empresarial

21.2. Control y Gestión de la Calidad

- 21.2.1. Gestión de la calidad
- 21.2.2. Calidad total como Excelencia Empresarial
- 21.2.3. Aportaciones de Expertos

21.3. Calidad total

- 21.3.1. La dirección y la gestión de la calidad total. Despliegue de los objetivos
- 21.3.2. Gestión de la calidad total. Fidelización
- 21.3.3. La calidad total y la gestión de las tecnologías de la información
- 21.3.4. La calidad total y la gestión del conocimiento
- 21.3.5. La Reingeniería de Procesos

21.4. La Administración de la Calidad Total

- 21.4.1. La Calidad Total (TQM)
- 21.4.2. Los grandes modelos de calidad total
- 21.4.3. Los elementos clave de la calidad total: el trabajo en equipo
- 21.4.4. El esquema PDCA o de mejora continua
- 21.4.5. El concepto LEAN y su relación con la calidad total

21.5. El Benchmarking

- 21.5.1. El *benchmarking* y la Calidad Total
- 21.5.2. Tipos de *benchmarking*
- 21.5.3. Etapas de *benchmarking*

21.6. Desarrollo estratégico de la Calidad Total

- 21.6.1. Estrategias para la calidad total
- 21.6.2. Sistemas de información para la Calidad Total
- 21.6.3. La visión estratégica de la Calidad Total
- 21.6.4. Herramientas relacionadas con las estrategias utilizadas en Calidad Total

21.7. Enfoque por procesos en la Calidad Total

- 21.7.1. La gestión de los procesos
- 21.7.2. Puesta en marcha de los procesos
- 21.7.3. Gestión y mejora de los procesos basada en el análisis PDCA
- 21.7.4. Relación entre la gestión de los procesos y la gestión por procesos

21.8. Estandarización: orden y limpieza basado en las 5S

- 21.8.1. Las 5S paso a paso
- 21.8.2. Implantación de las 5S
- 21.8.3. Beneficios de la implantación de las 5S

21.9. Herramientas para la Gestión de la Calidad Total

- 21.9.1. Equipos de mejora
- 21.9.2. Las 7 herramientas clásicas de la Calidad Total
- 21.9.3. Análisis modal de fallos (AMFE)
- 21.9.4. Método Taguchi

21.10. Metodologías avanzadas para la gestión de la Calidad Total

- 21.10.1. Kaizen. Herramientas
- 21.10.2. Metodologías para la mejora y para la resolución de problemas
- 21.10.3. Herramientas de ingeniería de calidad
- 21.10.4. Six Sigma

Módulo 22. Sistema de gestión de la calidad ISO 9001: 2015

22.1. Sistema de Gestión de la Calidad

- 22.1.1. Aplicación del diseño de un sistema de gestión de la calidad
- 22.1.2. Enfoque al cliente
- 22.1.3. Liderazgo
- 22.1.4. Compromiso del personal
- 22.1.5. Enfoque basado en procesos
- 22.1.6. Mejora continua: proceso, etapas y herramientas (QFD y *Value Analysis*)

22.2. Norma ISO 9001: 2015

- 22.2.1. Factores de desarrollo de la ISO 9001: 2015
- 22.2.2. La estructura de alto nivel
- 22.2.3. El software de gestión adaptado a la nueva ISO 9001: 2015

22.3. ISO 9001: 2015: referencias, normativa y ámbito de aplicación

- 22.3.1. Términos y definiciones
- 22.3.2. Contexto de la organización
- 22.3.3. Información documentada

22.4. ISO 9001: 2015. Planteamiento normativo

- 22.4.1. Planificación
- 22.4.2. Soporte
- 22.4.3. Operaciones

22.5. ISO 9001: 2015. La evaluación del desempeño

- 22.5.1. Medición, análisis y evaluación
- 22.5.2. La auditoría interna
- 22.5.3. La revisión por la dirección
- 22.5.4. Auditorías externas

22.6. Implantación e implementación de un sistema de gestión de la calidad

- 22.6.1. Documentación de un SGC
 - 22.6.1.1. Codificación
 - 22.6.1.2. Registros
 - 22.6.1.3. Modelos y ejemplos
- 22.6.2. Clasificación de la información en un SGC
- 22.6.3. Metodología y puntos críticos de la implantación
- 22.6.4. El análisis DAFO

22.7. Diseño del sistema de gestión de calidad

- 22.7.1. Requisitos del SGC
- 22.7.2. Planificación del SGC
- 22.7.3. Planificación de los procesos de realización del producto o servicio

22.8. Apoyo al sistema de gestión

- 22.8.1. Recursos de seguimiento y medición: personas e infraestructuras
- 22.8.2. Competencia, toma de conciencia y comunicación

22.9. El liderazgo

- 22.9.1. El compromiso de la dirección
- 22.9.2. Responsabilidad, autoridad y roles
- 22.9.3. Revisión de la gestión de la calidad ISO 9001: 2015

22.10. Operatividad del sistema de gestión

- 22.10.1. Producción y provisión del servicio
 - 22.10.1.1. Medidas de control
 - 22.10.1.2. Tipo de control
 - 22.10.1.3. Alcance del control
- 22.10.2. Identificación y trazabilidad

Módulo 23. Modelo EFQM. Gestión de la Excelencia

23.1. Modelo EFQM

- 23.1.1. Cambio y transformación. Gestionar en un entorno VUCA
- 23.1.2. Claves del modelo EFQM. Lógica del modelo EFQM
- 23.1.3. Estructura del Modelo EFQM

23.2. Dirección. Criterio 1: propósito, visión y estrategia

- 23.2.1. Definir el propósito y la visión
- 23.2.2. Identificar y las necesidades de los grupos de interés
- 23.2.3. Comprender el ecosistema, las capacidades propias y los principales retos
- 23.2.4. Desarrollar la estrategia
- 23.2.5. Diseñar e implantar un sistema de gestión y de gobierno

23.3. Dirección. Criterio 2: cultura de la organización y liderazgo

- 23.3.1. Dirigir la cultura de la organización y reforzar los valores
- 23.3.2. Crear las condiciones para hacer realidad el cambio
- 23.3.3. Estimular la creatividad y la innovación
- 23.3.4. Unirse y comprometerse en torno a un propósito, visión y estrategia

23.4. Ejecución. Criterio 3: implicar a los grupos de interés

- 23.4.1. Clientes: construir relaciones sostenibles
- 23.4.2. Personas: Atraer, implicar, desarrollar y retener el talento
- 23.4.3. Inversores y reguladores: asegurar y mantener su apoyo continuo
- 23.4.4. Sociedad: contribuir a su desarrollo, bienestar y prosperidad
- 23.4.5. *Partners* y proveedores: construir relaciones y asegurar su compromiso para crear valor sostenible

23.5. Ejecución. Criterio 4: crear valor sostenible

- 23.5.1. Diseñar y crear el valor
- 23.5.2. Comunicar y vender la propuesta de valor
- 23.5.3. Elaborar y entregar la propuesta de valor
- 23.5.4. Diseñar e implantar la experiencia global

23.6. Ejecución. Criterio 5: gestionar el funcionamiento y la transformación

- 23.6.1. Gestionar el funcionamiento y el riesgo
- 23.6.2. Transformar la organización para el futuro
- 23.6.3. Impulsar la innovación y aprovechar la tecnología
- 23.6.4. Aprovechar los datos, la información y el conocimiento
- 23.6.5. Gestionar los activos y recursos

23.7. Resultados. Criterio 6: percepción de los grupos de interés

- 23.7.1. Resultados de percepción de clientes
- 23.7.2. Resultados de percepción de personas
- 23.7.3. Resultados de percepción de inversores y reguladores
- 23.7.4. Resultados de percepción de la sociedad
- 23.7.5. Resultados de percepción de *partners* y proveedores

23.8. Resultados. Criterio 7: rendimiento estratégico y operativo

- 23.8.1. Logros alcanzados en la consecución del propósito, la estrategia y la creación de valor sostenible
- 23.8.2. Cumplimiento de las expectativas de los grupos de interés clave
- 23.8.3. Rendimiento económico y financiero
- 23.8.4. Logros en la gestión del funcionamiento y la transformación
- 23.8.5. Mediciones predictivas para el futuro de la organización

23.9. Lógica de la Excelencia. Mejora continua. Metodología REDER

- 23.9.1. Lógica REDER
- 23.9.2. Aplicación al Bloque Dirección y Ejecución
- 23.9.3. Aplicación al Bloque Resultados

23.10. Puntuación EFQM y aplicaciones prácticas

- 23.10.1. Puntuación EFQM
- 23.10.2. Aplicaciones prácticas del modelo EFQM

Módulo 24. Gestión del medio ambiente en las organizaciones**24.1. El Medio ambiente**

- 24.1.1. El papel del medio ambiente en las organizaciones
- 24.1.2. Costes de medio ambiente
- 24.1.3. Beneficios de un sistema de gestión ambiental
- 24.1.4. Problemas ambientales en la actualidad

24.2. Identificación y evaluación de los aspectos ambientales en las organizaciones

- 24.2.1. Identificación y evaluación de los aspectos ambientales
 - 24.2.1.1. Aspectos directos vs aspectos indirectos
- 24.2.2. Criterios para evaluar los aspectos ambientales identificados
 - 24.2.2.1. Criterios de evaluación
 - 24.2.2.2. Significancia de los aspectos ambientales

24.3. Análisis y evaluación de riesgos ambientales

- 24.3.1. Contexto de la organización
- 24.3.2. Análisis de riesgos ambientales
 - 24.3.2.1. Riesgos ambientales: tipología
 - 24.3.2.2. Tipos de impactos ambientales
 - 24.3.2.3. Fragilidad y vulnerabilidad del medio
 - 24.3.2.4. Métodos de identificación de riesgos ambientales
- 24.3.3. Evaluación de aspectos ambientales
- 24.3.4. Evaluación de los posibles daños para el entorno humano, natural y socioeconómico
- 24.3.5. Acciones de control y minimización: medidas preventivas

24.4. Desarrollo sostenible y ODS aplicados a la empresa

- 24.4.1. Evolución del desarrollo sostenible a nivel internacional
- 24.4.2. Las Naciones Unidas y la Agenda 2030
- 24.4.3. Objetivos del Milenio vs ODS
- 24.4.4. Los 17 ODS y su adaptación a las organizaciones

24.5. La Economía circular

- 24.5.1. La economía circular y aplicación
- 24.5.2. Plan de acción de Economía Circular de la Unión Europea
- 24.5.3. Desarrollo de la propuesta europea a través de la Estrategia Española de Economía Circular

24.6. Instrumentos jurídicos para la lucha contra el cambio climático

- 24.6.1. Respuesta jurídica al cambio climático
 - 24.6.1.1. El cambio climático
 - 24.6.1.2. Principales iniciativas internacionales
 - 24.6.1.2.1. El protocolo de Kyoto
 - 24.6.1.2.2. El acuerdo de París
- 24.6.2. El IPPCC
 - 24.6.2.1. Funcionamiento y organización
 - 24.6.2.2. Los informes y evaluación del IPPCC
- 24.6.3. España ante el cambio climático
 - 24.6.3.1. Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático
 - 24.6.3.2. Legislación ante el cambio climático

24.7. El impacto ambiental

- 24.7.1. Marco normativo de la evaluación ambiental
- 24.7.2. Principios fundamentales de la evaluación ambiental
- 24.7.3. Evaluación ambiental de proyectos
- 24.7.4. Evaluación ambiental de planes y programas

24.8. La responsabilidad ambiental por daños ocasionados

- 24.8.1. Actividades afectadas
- 24.8.2. Atribución de responsabilidades
 - 24.8.2.1. Responsabilidad de los operadores
 - 24.8.2.2. Responsabilidad de los grupos de sociedades
 - 24.8.2.3. Responsables solidarios y subsidiarios
 - 24.8.2.4. Inexigibilidad de la obligación a sufragar los costes
- 24.8.3. Prevención, evitación y reparación de daños ambientales
 - 24.8.3.1. Obligaciones del operador
 - 24.8.3.2. Determinación del daño ambiental
 - 24.8.3.3. Reparación de daños ambientales

24.9. Marco jurídico para la protección de hábitats y especies

- 24.9.1. Evolución de la protección de hábitats y especies de tratados internacionales
- 24.9.2. Marco Europeo de protección de hábitats y especies
 - 24.9.2.1. La red natura 2000
 - 24.9.2.2. Herramientas de protección
- 24.9.3. Marco legislativo nacional sobre protección de la biodiversidad y el patrimonio natural

24.10. El sistema EMAS (Eco Management and Audit Scheme)

- 24.10.1. Antecedentes y marco normativo
- 24.10.2. Principales requisitos del reglamento EMAS
- 24.10.3. Etapas en la implementación
- 24.10.4. Ventajas de su implementación en la empresa
 - 24.10.4.1. Diferencias con la certificación ISO 14001: 2015

Módulo 25. Sistema de gestión del medio ambiente. ISO 14001: 2015

25.1. Marco legislativo y normativo Medio Ambiente

- 25.1.1. Desarrollo de la Normativa Preventiva
- 25.1.2. Legislación y Reglamentación Internacional
- 25.1.3. Legislación y Reglamentación Española

25.2. Sistemas de gestión ambiental: ISO 14001

- 25.2.1. La gestión del medio ambiente en la organización
- 25.2.2. Memorias ambientales
- 25.2.3. Riesgos ambientales para la prevención de accidentes

25.3. ISO 14001. Capítulos del 1 al 5

- 25.3.1. Norma ISO 14001
- 25.3.2. Factores de desarrollo y requisitos de la norma ISO 14001
 - 25.3.2.1. Objeto y campo de aplicación
 - 25.3.2.2. Referencias normativas
 - 25.3.2.3. Términos y de definiciones
- 25.3.3. Contexto de la Organización
- 25.3.4. Liderazgo y participación de los trabajadores

25.4. ISO 14001. Capítulos 6, 7 y 8

- 25.4.1. Planificación
- 25.4.2. Soporte
- 25.4.3. Operación

25.5. ISO 14001. Capítulos 9 y 10

- 25.5.1. Evaluación del Desempeño
- 25.5.2. Mejora

25.6. Evaluación de Aspectos Ambientales

- 25.6.1. Principales categorías de aspectos ambientales
- 25.6.2. Criterios para la evaluación de los aspectos ambientales
- 25.6.3. Evaluación de los aspectos ambientales para determinar los aspectos significativos

25.7. Ciclo de Vida

- 25.7.1. Inventario del ciclo de vida
- 25.7.2. Evaluación de los impactos del ciclo de vida
- 25.7.3. Interpretación de resultados

25.8. Gestión de Residuos

- 25.8.1. Flujos de residuos
- 25.8.2. Autorizaciones y comunicaciones

25.9. Indicadores ambientales

- 25.9.1. Indicadores de desempeño ambiental (IDA)
- 25.9.2. Indicadores de condición ambiental (ICA)
- 25.9.3. Huella de carbono y huella hídrica

25.10. Ecoetiquetas

- 25.10.1. Etiqueta ecológica tipo 1
- 25.10.2. Etiqueta ecológica tipo 2
- 25.10.3. Autodeclaraciones ambientales. Declaraciones ambientales tipo III

Módulo 26. Gestión de la prevención de riesgos laborales en las organizaciones**26.1. El trabajo y la salud: los riesgos profesionales. Factores de riesgo**

- 26.1.1. La gestión de la prevención
- 26.1.2. El trabajo
- 26.1.3. La salud de los profesionales
- 26.1.4. Factores de riesgo inherentes a la actividad laboral
- 26.1.5. Influencia de las condiciones de trabajo en la gestión de la prevención
- 26.1.6. Técnicas de prevención y técnicas de protección
- 26.1.7. Los equipos de protección individual: funciones, utilidad y selección para cada actividad laboral

26.2. Daños derivados del trabajo. Los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales

- 26.2.1. Daños para la salud. Accidente de trabajo y enfermedad profesional
- 26.2.2. Accidentes de trabajo. Tipos
- 26.2.3. Regla de la proporción accidentes / incidentes
- 26.2.4. Repercusiones de los accidentes de trabajo
- 26.2.5. Enfermedad profesional: cómo afrontarla equitativamente y sosteniblemente

26.3. Marco legislativo y normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales

- 26.3.1. Evolución histórica del marco legislativo en materia preventiva
- 26.3.2. Legislación y Reglamentación de carácter internacional. Normativa de la Unión Europea
- 26.3.3. Normativa Nacional
- 26.3.4. Normativa específica
- 26.3.5. Empresa y obligaciones derivadas de la prevención de riesgos laborales
- 26.3.6. Responsabilidades y sanciones. Derechos y obligaciones del trabajador
- 26.3.7. Delegados de prevención
- 26.3.8. Comité de seguridad y salud

26.4. Organismos públicos relacionados con la seguridad y la salud en el trabajo

- 26.4.1. Organismos públicos
- 26.4.2. Organismos Europeos
- 26.4.3. Organismos Nacionales

26.5. Sistemas de gestión de la PRL. El modelo de la Ley 31/1995

- 26.5.1. La gestión de la prevención según la Ley de PRL
- 26.5.2. El Plan de Prevención
- 26.5.3. La evaluación de los riesgos
- 26.5.4. Planificación de los riesgos o planificación de actividad preventiva
- 26.5.5. Vigilancia de la salud
- 26.5.6. Información y formación
- 26.5.7. Medidas de emergencia
- 26.5.8. Elaboración de la memoria anual
- 26.5.9. Auditorías de la actividad laboral en base a la normativa vigente

26.6. Documentación sobre prevención de riesgos: recogida, elaboración y archivo

- 26.6.1. Tratamiento de la información obtenida
- 26.6.2. Actuaciones a desarrollar a partir de la información recogida

26.7. Gestión operativa de la prevención de riesgos laborales

- 26.7.1. Planificación y gestión operativa de los riesgos
- 26.7.2. Ejecución de los procesos de la prevención
- 26.7.3. Control y ajuste de la realización de los procesos
- 26.7.4. Auditorías del sistema de prevención
- 26.7.5. Coste de los accidentes de trabajo: contingencia, prestaciones e incapacidades

26.8. Riesgos asociados a las condiciones de seguridad e higiene. Cómo minimizarlos

- 26.8.1. Mala iluminación
- 26.8.2. Exposición a sustancias contaminantes
- 26.8.3. Exposición al ruido

26.9. Riesgos asociados al medio ambiente de trabajo. Cómo minimizarlos

- 26.9.1. Radiaciones ionizantes
- 26.9.2. Campos eléctricos y campos magnéticos
- 26.9.3. Radiación óptica

26.10. Riesgos asociados a la psicología aplicada al trabajo. Cómo minimizarlos

- 26.10.1. Contenido, carga, ritmo y tiempo de trabajo
- 26.10.2. Participación y control de la actividad laboral
- 26.10.3. Cultura organizacional: influencia en la gestión y prevención de riesgos

Módulo 27. Sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales. ISO 45001: 2018

27.1. La prevención de riesgos laborales

- 27.1.1. Peligro y riesgos laboral
- 27.1.2. La gestión de la prevención de riesgos laborales

27.2. Técnicas y disciplinas preventivas. Seguridad e Higiene Industrial

- 27.2.1. Seguridad en el trabajo
- 27.2.2. Higiene industrial

27.3. Técnicas y disciplinas preventivas. Ergonomía y Medicina en el trabajo

- 27.3.1. Ergonomía y psicología aplicada al trabajo
- 27.3.2. Medicina en el trabajo

27.4. La norma ISO 45001: 2018

- 27.4.1. Implantación de un sistema de gestión de SST
- 27.4.2. ISO 45001. Antecedentes, evolución y características básicas
- 27.4.3. Estructura de alto nivel de la norma ISO: posibilidad de integración con otras normas ISO

27.5. ISO 45001: 2018. Ámbito de aplicación

- 27.5.1. Ámbito de aplicación
- 27.5.2. Términos y definiciones

27.6. ISO 45001:2018. Plan de Implantación

- 27.6.1. Plan de implantación
- 27.6.2. Contexto de la organización
- 27.6.3. Alcance del SGSST

27.7. ISO 45001: 2018. Planificación

- 27.7.1. Liderazgo y participación de los trabajadores
- 27.7.2. Planificación
- 27.7.3. Soporte
- 27.7.4. Apoyo

27.8. ISO 45001: 2018. Operación

- 27.8.1. Control operacional
- 27.8.2. Preparación y respuesta ante emergencias

27.9. ISO 45001: 2018. Evaluación del desempeño

- 27.9.1. Seguimiento, medición, análisis y evaluación del desempeño
- 27.9.2. Evaluación del cumplimiento
- 27.9.3. Auditoría interna
- 27.9.4. Revisión por la Dirección

27.10. ISO 45001: 2018. Mejora

- 27.10.1. Incidentes, no conformidades y acciones correctivas
- 27.10.2. Mejora continua
- 27.10.3. La certificación del SGSST

Módulo 28. Responsabilidad social corporativa y seguridad de la información ISO 27001

28.1. La responsabilidad social corporativa: encuadre en el SIG

- 28.1.1. Enfoque de la RSC en la gestión empresarial
- 28.1.2. Misión y objetivos de la RSC
- 28.1.3. Creación de valor desde los programas de RSC

28.2. Sostenibilidad y responsabilidad social corporativa

- 28.2.1. Selección y definición de factores RSC condicionantes
- 28.2.2. Metodología: cómo definir programas de RSC potenciadores de la sostenibilidad

28.3. Análisis del entorno y objetivos

- 28.3.1. Identificación de key players en los programas de RSC
- 28.3.2. Definición de actuaciones por tipología de interlocución
- 28.3.3. Objetivos de la RSC
- 28.3.4. La gestión de la RSC

28.4. La integración de la RSC en la planificación estratégica de las organizaciones

- 28.4.1. Formulación de indicadores para verificar la eficacia de la RSC
- 28.4.2. Asociación de los indicadores a los objetivos corporativos
- 28.4.3. Metodologías para el seguimiento y verificación de los indicadores

28.5. Responsabilidad social corporativa: modelos contrastados

- 28.5.1. Españoles
- 28.5.2. Europeos
- 28.5.3. Globales
- 28.5.4. Organismos multilaterales relacionados con la RSC: OIT, OCDE

28.6. Gestión de las relaciones externas desde un marco de RSC

- 28.6.1. Sociedad
- 28.6.2. Clientes
- 28.6.3. Administración

28.7. Aplicación de la RSC en la política de recursos humanos

- 28.7.1. Igualdad de oportunidades
- 28.7.2. Programa de desarrollo personal
- 28.7.3. Acciones para colectivos vulnerables

28.8. Normativa sobre la RSC

- 28.8.1. Norma SA8000 sobre sistemas de gestión de la responsabilidad social
- 28.8.2. SSG21
- 28.8.3. Estandar IQNet SR10 sobre Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social

28.9. Sistemas de gestión de seguridad de la información. Norma ISO 27001

- 28.9.1. Norma ISO 27001
- 28.9.2. Fases para la implementación

28.10. Sistemas de gestión de la seguridad de la información. Marco Legal

- 28.10.1. Marco legal
- 28.10.2. Detección de irregularidades y no conformidades
- 28.10.3. Formulación de acciones de mejora

Módulo 29. Integración de Sistemas de Gestión

29.1. Integración de Sistemas para la Organización

- 29.1.1. Antecedentes
- 29.1.2. Puntos clave
- 29.1.3. Fundamentos

29.2. Enfoque de la integración de sistemas de gestión

- 29.2.1. Objetivos
- 29.2.2. Ventajas

29.3. Estructura de un sistema integrado de gestión

- 29.3.1. Política de gestión integrada. Generalidades
- 29.3.2. Utilidad e importancia de la integración en una organización

29.4. Normas comunes para la integración de sistemas

- 29.4.1. Norma UNE 66177: 2005
- 29.4.2. Norma PAS 99: 2012
- 29.4.3. Norma DS 8001: 2005

29.5. Guía para la integración según UNE 66177: 2005

- 29.5.1. Fases para la integración

29.6. Norma UNE 66177: 2005

- 29.6.1. Estructura del plan de integración
- 29.6.2. Desarrollo del plan de integración

29.7. Métodos de integración

- 29.7.1. Método básico
- 29.7.2. Método avanzado
- 29.7.3. Método experto

29.8. Correspondencia entre normas

- 29.8.1. Elementos transversales
- 29.8.2. Elementos específicos

29.9. Implantación

- 29.9.1. Responsabilidades y equipo de trabajo
- 29.9.2. Seguimiento efectivo del plan de integración

29.10. Documentación de un sistema integrado

- 29.10.1. Procedimiento
- 29.10.2. Aplicación

Módulo 30. Auditorías de Sistemas Integrados de Gestión en base a la norma ISO 19011: 2018**30.1. Auditorías de sistemas de gestión**

- 30.1.1. Propósito
- 30.1.2. Tipos de auditorías
- 30.1.3. Términos clave

30.2. Normas relacionadas con las auditorías de sistemas de gestión

- 30.2.1. ISO 19011 Directrices para la auditoría de los sistemas de gestión
- 30.2.2. ISO/IEC 27007 Directrices para la auditoría de los sistemas de gestión de seguridad de la información
- 30.2.3. ISO/IEC 17021-1 Requisitos para los organismos que realizan auditorías y certificaciones de sistemas de gestión. Parte 1. Requisitos
- 30.2.4. ISO & IAF. Grupo de Prácticas de Auditoría ISO 9001

30.3. Principios de las auditorías de sistemas de gestión

- 30.3.1. Integridad
- 30.3.2. Presentación imparcial
- 30.3.3. Debido cuidado profesional
- 30.3.4. Confidencialidad
- 30.3.5. Independencia
- 30.3.6. Enfoque basado en la evidencia
- 30.3.7. Enfoque basado en riesgos

30.4. Gestión del programa de auditoría

- 30.4.1. El programa de auditoría y sus objetivos
- 30.4.2. Riesgos y oportunidades del programa de auditoría
- 30.4.3. Responsabilidades y competencias para la gestión del programa de auditoría
- 30.4.4. Recursos del programa de auditoría
- 30.4.5. Seguimiento y mejora del programa de auditoría

30.5. Planes de auditoría

- 30.5.1. Viabilidad de la auditoría
- 30.5.2. Revisión de la información documentada
- 30.5.3. Planificación de la auditoría
- 30.5.4. Listas de verificación

30.6. Realización de la auditoría

- 30.6.1. La reunión de apertura
- 30.6.2. Metodologías
- 30.6.3. Generación de hallazgos
- 30.6.4. Comunicación en la auditoría
- 30.6.5. Conclusiones
- 30.6.6. La reunión de cierre

30.7. Auditorías remotas

- 30.7.1. Documentos de IAF como base de las auditorías remotas
- 30.7.2. Riesgos y oportunidades
- 30.7.3. Controles de confidencialidad y seguridad de la información

30.8. El informe de Auditoría

- 30.8.1. Preparación del informe
- 30.8.2. Distribución

30.9. Revisión del tratamiento de hallazgos por el Auditor

- 30.9.1. Revisión de la corrección
- 30.9.2. Revisión del análisis de causas
- 30.9.3. Revisión de las acciones correctivas
- 30.9.4. Revisión de la eficacia de acciones

30.10. Competencia de los Auditores

- 30.10.1. Conocimientos y habilidades
- 30.10.2. Atributos personales
- 30.10.3. Evaluación de los auditores

07

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

“

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil de nuestros alumnos

Los alumnos de TECH son expertos con ambición y con una gran experiencia empresarial, que buscan continuamente nuevos modos de hacer progresar a sus compañías. Por eso, este programa universitario es idóneo para ellos, ya que está orientado a ese objetivo de proporcionar un avance significativo en sus organizaciones, situando a los alumnos como figuras destacadas gracias a sus habilidades de liderazgo y gestión.





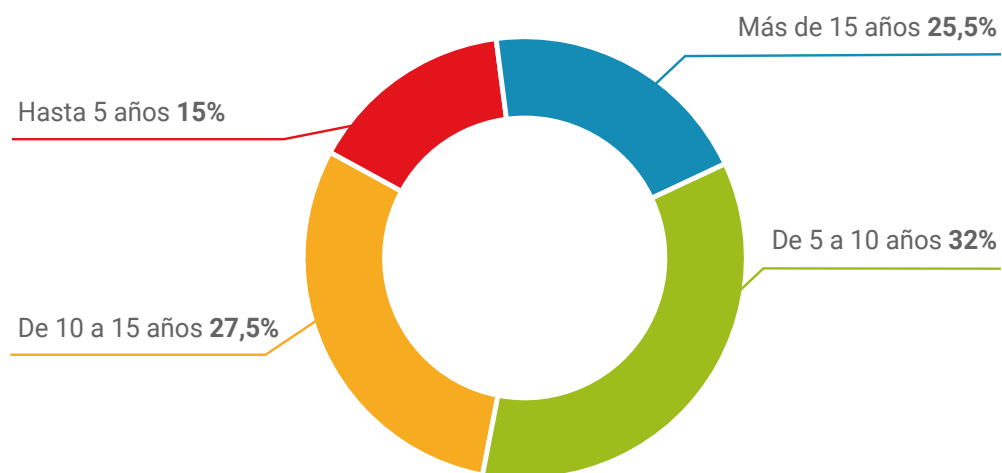
“

Este programa proporcionará una mejora profesional al alumno, al mismo tiempo que sirve a las compañías para mejorar su gestión interna”

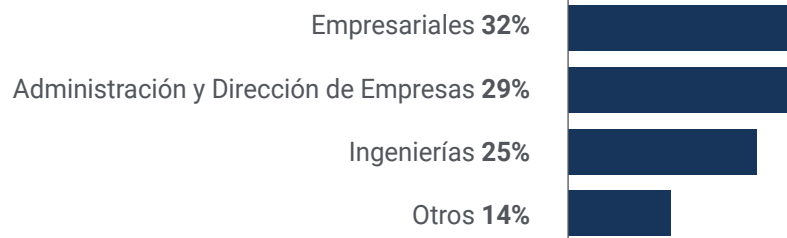
Edad media

Entre **35** y **45** años

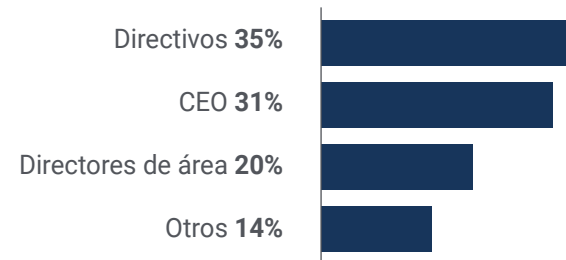
Años de experiencia



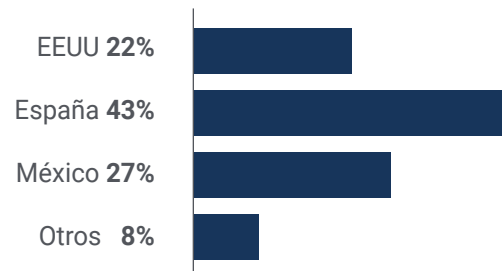
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Rodrigo Álvarez

Empresario

“Con este programa he podido mejorar el rendimiento y la gestión interna de mi compañía. Los objetivos que antes parecían inalcanzables ahora están muy cerca. Todo, gracias a los completísimos contenidos de la titulación y a la metodología de TECH, que te lo pone muy fácil para estudiar sin interferir en el trabajo.”

09

Dirección del curso

Para alcanzar los objetivos propuestos en este Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales, es esencial contar con el cuadro docente más prestigioso y experimentado en esta área. Y TECH se ha encargado de reunirlos, de modo que los alumnos podrán mejorar sus competencias directamente de las enseñanzas de los docentes. Estos transmitirán a los estudiantes todas las claves en el área de la gestión, preparándole para convertirse en una gran referencia en el ámbito empresarial.





“

Actualiza tu saber en Alta Gestión de Proyectos Empresariales de la mano de los mejores expertos en la materia. ¡Lanza tu carrera profesional con TECH!”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Nyquist, Eric

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

“

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

Dirección



Dr. Arturo, Peralta Martín-Palomino

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



D. Castellanos Herreros, Ricardo

- ♦ Especialista en Ingeniería Informática de Sistemas
- ♦ *Chief Technology Officer* en OWQLO
- ♦ Consultor Técnico Freelance
- ♦ Desarrollador de Aplicaciones Móviles para eDreams, Fnac, Air Europa, Bankia, Cetelem, Banco Santander, Santillana, Groupón y Grupo Planeta
- ♦ Desarrollador de Páginas Web para Openbank y Banco Santander
- ♦ Curso de *Machine Learning Engineer* en Udacity
- ♦ Ingeniero Técnico en Informática de Sistemas por la Universidad de Castilla la Mancha



D. Pérez Pérez, Manuel Felipe

- ♦ Senior Project Manager en Equidea
- ♦ Director de Proyectos en AYDEM Consulting
- ♦ Consultor y Formador en Desarrollo de Organizaciones y Gestión de Proyectos
- ♦ Responsable de Formación para Estudios Postgrado en el Colegio Profesional de Ingenieros Técnicos en Informática de la Comunidad de Madrid
- ♦ Ingeniería Técnica de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Ingeniería de Sistemas de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Ingeniero Europeo EUR-ING en FEANI
- ♦ *Project Management Professional (PMP®)*
- ♦ Programa avanzado en *Agile Project Management* con metodología SCRUM



Dña. López Rodríguez, Karmele

- Ingeniera Técnica en Informática y en Organización Industrial
- Responsable de Calidad, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos en Ámbitos Industriales
- Profesora de ISO 14001 en el Máster Oficial Online en Sistemas Integrados de Gestión en la Universidad Alfonso X el Sabio
- Profesora de Ergonomía y Psicología Aplicada del Máster Oficial Online en Prevención de Riesgos Laborales en la Universidad Alfonso X el Sabio
- Coordinadora de prácticas en empresa para los estudiantes
- Ingeniera Superior en Organización Industrial por la Universidad de Deusto
- Ingeniera Técnica en Informática de Gestión por la Universidad de Deusto

Profesores

D. Navarro Doñoro, Juan

- ♦ Responsable de Auditorías de Sistemas de Gestión Certificados en Metro Madrid
- ♦ Responsable de la Gestión de Prevención de Riesgos Laborales en Metro Madrid
- ♦ Presidente del Comité de Seguridad de la Asociación Española de Mantenimiento
- ♦ Coordinador de Gestión Preventivo Laboral
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales con las 3 especialidades, Seguridad, Higiene y Psicología y Ergonomía Aplicada

Dña. Liñán Álvarez, Adela

- ♦ Profesora y tutora presencial en Acciones Formativas Homologadas en Servicios de Prevención
- ♦ Profesora y tutora en centros docentes homologados adscritos al SEPE
Auditora de Sistemas de Calidad
- ♦ Graduada Social por la Universidad de León
- ♦ MBA en Dirección y Gestión de RR. HH
- ♦ Máster en Prevención de Riesgos Laborales con las Especialidades de Seguridad, Higiene y Ergonomía y Psicología Aplicada

Dr. Murgia Bergara, Iñaki

- ♦ Consultor en Alium Consulting
- ♦ Responsable de Sistemas de Gestión en Jeremías España SA. Fabricante de chimeneas
- ♦ Especialista en Consultoría en Zillion Group
- ♦ Licenciado en Biología por la Universidad Politécnica de Valencia
- ♦ Doctorado en Ciencias Biológicas por la Universidad Politécnica de Valencia
- ♦ Curso Experto en Lean Manufacturing y Calidad de Construcción

Dr. Abajo Merino, Rafael

- ♦ Socio Director de OPTIMA XXI, Empresa de consultoría en Excelencia en Gestión y Liderazgo
- ♦ Consultor, formador y evaluador certificado de la EFQM
- ♦ Formador y Asesor del Club Excelencia en Gestión
- ♦ Director del Centro de Altos Estudios Turísticos OCCITUR. Córdoba
- ♦ Director de Alianzas y Proyectos del Club Excelencia
- ♦ Director de Recursos Humanos y Calidad. Occidental Hoteles
- ♦ Gerente de Formación y Calidad. American Express
- ♦ Oficial del Ejército en unidades de operaciones especiales, seguridad y en enseñanza militar
- ♦ Doctorado Relaciones Internacionales, en la Universidad de Oxford, Reino Unido
- ♦ Grado de Administración de Empresas. UNED
- ♦ Consultor Certificado de la EFQM. EFQM Certified Advisor
- ♦ Formador Certificado de la EFQM. EFQM Certified Trainer

D. Gámez de la Torre, Manuel Jesús

- ♦ Especialista en Gestión de Calidad, Seguridad y Medioambiente
- ♦ Responsable de Seguridad y Calidad Alimentaria en el Hotel Villamadrid
- ♦ Autor de libros en diversas materias Medioambientales, de Calidad y de Responsabilidad Social Corporativa
- ♦ Docente Experto en Calidad y Medio Ambiente en estudios universitarios y cursos de formación
- ♦ Licenciado en Ciencias Biológicas por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Máster en Prevención de Riesgos Laborales

Dña. Seoane Otín, Rocío

- ♦ Técnico de Medio Ambiente y Sostenibilidad en la FCC Medio Ambiente
- ♦ Graduada en Ciencias Ambientales por la Universidad Autónoma de Barcelona
- ♦ Máster en Gestión Ambiental en la Empresa por la Universidad Antonio Nebrija en colaboración con el Instituto Superior del Medio Ambiente
- ♦ Máster Oficial en Prevención de Riesgos Laborales por la Universidad del Atlántico Medio. Las Palmas, España

Dña. Galán Espejo, Arantxa

- ♦ Especialista en Prevención de Riesgos Laborales
- ♦ Coordinadora de Equipos Técnicos en ANTEA Prevención de Riesgos Laborales SL
- ♦ Graduada en Ciencias Ambientales por la Universidad de Córdoba
- ♦ Máster en Sistemas de Gestión de la Calidad, Medio Ambiente, Seguridad y Salud en el Trabajo por AENOR
- ♦ Máster en Prevención de Riesgos Laborales por la Universidad de Córdoba
- ♦ Curso de Auditor de Sistemas Integrados por AENOR

Dña. Altamirano Echeverría, María

- ♦ Especialista en auditorías de Tercera Parte de ISO 9001, ISO/IEC 17025, SMETA, CARE en nombre de Bureau Veritas: certificación y seguimiento
- ♦ Auditora de Primera y Segunda parte de sistemas de gestión relacionados con ISO 9001, ISO/IEC 17025, ISO 45001, ISO 37001
- ♦ Auditora de Responsabilidad Social Empresarial para WorldCOB-CSR
- ♦ Ejecutiva de la Dirección de Desarrollo Estratégico de la Calidad - Instituto Nacional de la Calidad INACAL
- ♦ Consultora - Hubro Calidad S.A.L. - Madrid, España
- ♦ Ingeniera Química por la Universidad Nacional de Callao
- ♦ Máster en Calidad Total en la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Auditora certificada y registrada por el IRCA como Principal Auditor QMS ISO 9001:2015
- ♦ Business Administration and Management, Project Management. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
- ♦ Miembro de: Comité Técnico de Normalización de Gestión y Aseguramiento de la Calidad INACAL, comité espejo del ISO/TC 176., Comité Técnico de Normalización Gestión de la Calidad en Organizaciones Educativas, representando a Íconos en Sistemas de Gestión S.A.C y Comité Permanente de Acreditación del Instituto Nacional de la Calidad INACAL

Dr. Espinosa Víctor, Eduardo

- ♦ Investigador experto en Ingeniería Bioquímica
- ♦ Miembro del grupo de Investigación *Bioproducts and Process Engineering*
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados a la Ingeniería Bioquímica
- ♦ Autor de decenas de artículos científicos
- ♦ Ponente en decenas de ponencias en congresos internacionales
- ♦ Doctor en Biociencias y Ciencias Agroalimentarias por la Universidad de Córdoba
- ♦ Graduado en Ciencias Ambientales por la Universidad de Córdoba
- ♦ Máster en Biotecnología Molecular, Celular y Genética por la Universidad de Córdoba
- ♦ Máster en Prevención de Riesgos Laborales por la Universidad de Córdoba

D. Barato, José

- ♦ Director de PMPeople
- ♦ Product Manager en Talaia
- ♦ Consulting Director en ITM Platform
- ♦ Gestor de Servicios de Proyectos de Infraestructuras en Atos Origin
- ♦ Formador *Freelance*
- ♦ Ponente habitual en congresos de gestión de proyectos
- ♦ Ingeniero de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Project Management Professional PMP®
- ♦ Agile Certified Practitioner PMI-ACP®
- ♦ Diplomado en Contabilidad y Finanzas por ESINE
- ♦ Vicepresidente de la Asociación de Project Management de las Illes Balears

Dña. Abeijón Pérez, Isabel

- ♦ Legal Manager Real Estate
- ♦ Directora jurídica de Kiko Milano
- ♦ Real Estate Manager en Kiko Milano
- ♦ Asesora jurídica para la península ibérica de Tyco Security Products
- ♦ Abogada en Cepsa
- ♦ Abogada en Telefónica
- ♦ Profesora asociada en el Colegio de Peritos informáticos de Madrid
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid

Dña. Servajeán, Maitena

- ♦ Chief People Officer (CPO) en Doofinder
- ♦ Presidenta y Cofundadora en Art In Company Lab
- ♦ Conferencista en Speakers Academy
- ♦ Directora General y Representante de Bedor Excem. España
- ♦ Executive Coaching y Mentoring de Recursos Humanos
- ♦ Máster en Filología Hispánica por la Universidad de Toulouse-Jean Jaurès
- ♦ Certificada en Coaching por la Universidad Internacional de Entreno Corporativo
- ♦ Programa Superior de Mujer y Liderazgo por la Fundación Rafael del Pino
- ♦ Certificada en Herramientas de Transformación de Valores

Dra. García Nieto, Evelyn

- ◆ Ingeniera Industrial Experta en Biomedicina
- ◆ Jefa de Sección en la empresa Médica y Quirúrgica Maxilaria Surgery
- ◆ Ingeniera Biomédica en Meirovich Consulting
- ◆ Asesora Tecnológica en Sinter Médica y Laboratorios
- ◆ Doctora en Ingeniería Biomédica por la Universidad Politécnica de Madrid
- ◆ Ingeniera Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid
- ◆ Ingeniera Mecánica por la Universidad de Pinar del Río Hermanos Saiz Montes de Oca. Cuba
- ◆ Miembro de: Sociedad Ibérica de Biomecánica y Biomateriales

“

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

10

Impacto para tu carrera

Este Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales será un avance decisivo en la carrera de los profesionales, puesto que les proporcionará todo lo que necesitan para progresar y alcanzar todos sus objetivos vitales. Así, este programa está enfocado a la mejora de habilidades del alumnado, preparándole para dirigir y gestionar todo tipo de proyectos empresariales al más alto nivel, pudiendo encargarse de la administración de grandes organizaciones internacionales.



“

Este programa te proporcionará el progreso que buscas para tu carrera, impulsándola de forma inmediata y acercándote a todos tus objetivos profesionales”

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

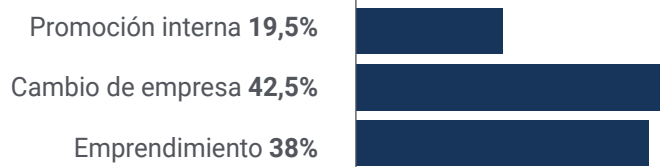
*Especialízate,
gracias a este
programa, en la Alta
Gestión de Proyectos
Empresariales.
¡Dirigirás a tu
compañía al éxito!.*

*Destacarás por encima
del resto gracias a esta
titulación universitaria,
diseñada para que
llegues a lo más alto.*

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

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



11

Beneficios para tu empresa

La empresa que cuente con estos conocimientos estará en posición de aventajar a sus compañías rivales, gracias a la mejora de la eficiencia en los procesos de gestión interna que producirá. Así pues, este programa universitario no solo es perfecto para los profesionales que busquen un avance en su carrera, sino que facilitará el progreso de la organización que cuente con especialistas que lo hayan completado.





“

Tu empresa despegará de forma inmediata una vez que completes este revolucionario Grand Master”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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

05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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



12

Titulación

El Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales 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 Gestión de Proyectos Empresariales** 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.

Título: **Grand Master en Alta Gestión de Proyectos Empresariales**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**



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



Grand Master Alta Gestión de Proyectos Empresariales

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

Grand Master

Alta Gestión de Proyectos Empresariales

