

Máster Título Propio

MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos

M B A D A P T



Máster Título Propio

MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Privada Peruano Alemana**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**
- » Dirigido a: **Graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado una titulación en ingeniería informática**

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-avanzada-proyectos-tecnologicos

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. 20

06

Estructura y contenido

pág. 26

07

Metodología

pág. 44

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 52

09

Dirección del curso

pág. 56

10

Impacto para tu carrera

pág. 78

11

Beneficios para tu empresa

pág. 82

12

Titulación

pág. 86

01 Bienvenida

Actualmente, y con la voraz digitalización haciéndose con casi todos los procesos, la mayoría de las empresas se ven obligadas a contar con la figura del director de proyectos tecnológicos. Este perfil debe poseer conocimientos técnicos profundos de las tareas a realizar, así como la capacidad de llevar a cabo una gestión hábil del equipo de trabajo, a fin de explotar al máximo su valor y desempeño. Programas como este, que TECH ofrece a los profesionales de los negocios, preparan al estudiante para ejercer esta función, logrando aumentar sus perspectivas económicas y de crecimiento profesional y personal. Todo ello, a partir de un plan de estudios plagado de casos prácticos completos, actualizados y dirigidos a resolver las necesidades del mundo empresarial tecnológico.



Máster Título Propio en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos
TECH Universidad Privada Peruano Alemana



“

La dirección de proyectos tecnológicos requiere de una figura altamente especializada y cualificada, con grandes habilidades de gestión y liderazgo. Con este Máster Título Propio te podrás poner al frente de los proyectos más ambiciosos y atractivos en tu campo”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

En TECH Universidad Privada Peruano Alemana



Innovación

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

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



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



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



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



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.

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

El presente programa tiene como objetivo afianzar la capacidad de liderazgo del alumno en el sector tecnológico, ofreciéndole las mejores herramientas y conocimientos especializados para dirigir con éxito cualquier tipo de proyecto. Así, se ofrece una capacitación en la que se desarrolla el contenido tanto desde un punto de vista técnico como desde una perspectiva de negocio que tiene en cuenta los entornos y mercados actuales, garantizando de este modo que la enseñanza está actualizada y es acorde a las últimas tendencias.



“

Si tu objetivo es dirigir grandes proyectos tecnológicos, TECH te da los recursos necesarios para que seas un líder competente, eficaz y productivo”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.
Trabaja conjuntamente para conseguirlos.

El MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos capacita al alumno para:

01

Poder especializarse en las principales *frameworks* para la dirección y gestión de proyectos informáticos

04

Determinar el liderazgo como un modelo de acompañamiento frente a la tradicional metodología autoritaria

02

Aprender las técnicas más adecuadas para la gestión de personas y equipos, con el objetivo de favorecer su bienestar y productividad laboral

03

Trabajar los diferentes métodos analíticos para la toma de decisiones estratégicas

05

Analizar procesos y requisitos para el desarrollo de proyectos *software*



06

Abordar la problemática que supone la gestión de datos en cuanto a su protección y seguridad, aplicando y cumpliendo las normativas actuales

08

Estudiar el *Enterprise Resource Planning* y el *Customer Relationship Management* para mejorar la toma de decisiones

09

Identificar las diferentes técnicas de inteligencia de negocio para anticiparse a posibles problemas ofreciendo soluciones preventivas

07

Conocer las metodologías fundamentales para el desarrollo de proyectos tales como SDLC, *Agile* u orientación a objetos

10

Investigar la combinación de conocimientos y técnicas de diferentes disciplinas a fin de proponer soluciones interdisciplinares



11

Desarrollar habilidades para la gestión a nivel estratégico, organizativo y de proyectos, desde el punto de vista de la proposición de valor, hasta el diseño de estrategias de transformación del negocio

12

Poner en valor la importancia del Dato dentro de toda gestión de proyectos y comprender cómo se puede usar la analítica para focalizar los esfuerzos del equipo de trabajo

13

Comprender el uso de Google Analytics como herramienta clave en el análisis de datos y aprender a mejorar la toma de decisiones en base a los datos obtenidos

14

Abordar la importancia del correcto uso de los Cuadros de Mando para automatizar el seguimiento de la consecución de objetivos



15

Examinar los métodos de gestión de incidencias para implantarlos y favorecer un mejor flujo de trabajo

16

Estudiar los principales marcos normativos de seguridad y protección de datos a fin de garantizar una metodología de trabajo acorde a la legalidad vigente

17

Analizar las realidades divergentes en las que actúan las empresas tecnológicas ante los cambios en la sociedad

18

Contemplar la inteligencia emocional como herramienta básica en la optimización de resultados empresariales



05

Competencias

Al finalizar el MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos el alumno estará capacitado para dirigir de forma ágil y eficaz equipos de trabajo en el ámbito tecnológico, aplicando metodología innovadora de análisis de datos y gestión de proyectos. Esto aumentará enormemente sus competencias profesionales, al igual que sus propias posibilidades de crecimiento profesional al poder optar a mejores puestos de dirección que requieran mayor especialización y aptitudes.



“

*Cumplirás los requisitos que buscan
las grandes tecnológicas para que
dirijas sus proyectos más exigentes”*

01

Utilizar las principales herramientas del mercado para el monitoreo de KPIs para controlar la ejecución y avance del proyecto respecto a la estrategia marcada

02

Aplicar la metodología *Scrum* y *Kanban* de forma correcta y eficiente en los proyectos

03

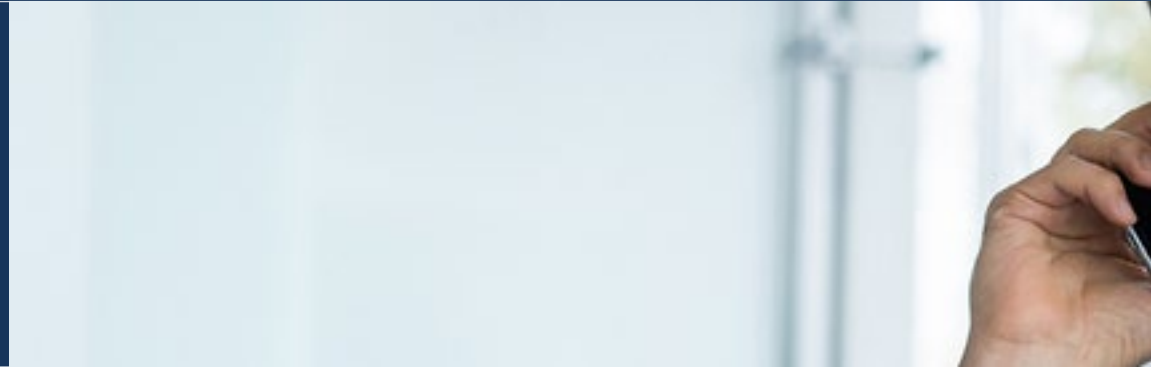
Desarrollar los sistemas de gestión de información empresarial más habituales

04

Determinar la importancia de la gestión de la calidad en la dirección de proyectos *software* y aprender a aplicar los criterios necesarios para su control

05

Diseñar una base de datos con análisis de procesos y metodología integrada en la gestión de proyectos



06

Comunicarse hábilmente de forma verbal y no verbal, aportando calidad a las relaciones interpersonales de la empresa

08

Determinar sistemas de gestión accesibles en tiempo real



09

Definir estrategias para la resolución favorable de conflictos con innovadoras técnicas de negociación

07

Establecer una comunicación directa entre los departamentos de la empresa y los clientes

10

Comunicar eficazmente los resultados de análisis a audiencias técnicas y no técnicas

11

Diseñar estrategias de control para el monitoreo de proyectos y procesos

14

Analizar webs o plataformas digitales para optimizar el modo mediante el cual el usuario interactúa con sus diversas funcionalidades

12

Proponer, comunicar y elaborar modelos de negocio o de transformación de negocio justificando sus beneficios y su oportunidad para las organizaciones

13

Comprender las diferencias entre los diversos paradigmas de almacenamiento de información: *Data Lake*, *Data Warehouse* y *Data Mart*



15

Aplicar técnicas basadas en el análisis de datos con las que mejorar los resultados globales de la organización

16

Revisar y auditar el nuevo producto de desarrollo de *software* y sus actividades relacionadas a través del ciclo de desarrollo

17

Desarrollar técnicas que permitan garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de datos dentro de la gestión del proyecto

18

Aplicar el *coaching* en el ámbito de la empresa mejorando los procesos educativos



06

Estructura y contenido

El MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos es un programa que se adapta a las necesidades del alumno, pues al ser 100% online, el estudiante puede elegir el horario de estudios que mejor se adapte a su disponibilidad e intereses particulares. Se trata de una gran oportunidad para catapultar la carrera de toda persona que aspire a puestos directivos en el ámbito tecnológico.



“

TECH te garantiza el acceso al mejor plan de estudios disponible en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos para que puedas postular a los puestos de más alta responsabilidad del sector”

Plan de estudios

El MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos de TECH Universidad Tecnológica es un programa exhaustivo que capacita al alumno para la toma de decisiones y liderazgo eficaz de equipos de trabajo multidisciplinares, incidiendo en la importancia de los conocimientos técnicos necesarios en el ámbito de la tecnología.

El contenido del MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos contiene la metodología y técnicas más avanzadas de liderazgo empresarial, focalizada siempre a la dirección de proyectos de carácter tecnológico.

Durante las 1.500 horas que componen el programa el alumno estudiará multitud de casos reales y prácticos, haciendo la experiencia educativa más inmersiva con situaciones reales de negocio.

Este Máster Título Propio profundiza en la nueva perspectiva del líder como una figura de confianza, alejándose de la perspectiva tradicional autoritaria al tratar temas como la inteligencia emocional del equipo de trabajo o la comunicación no verbal que busque mejorar las relaciones dentro de la propia empresa.

Un plan de estudios que prepara a sus alumnos para los puestos de responsabilidad más ambiciosos de la industria tecnológica, ayudándoles a alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y gestión empresarial.

Los 15 módulos que componen el presente Máster Título Propio, impartidos a lo largo de 12 meses, son los siguientes:

Módulo 1	Dirección y gestión <i>Agile</i> de proyectos tecnológicos
Módulo 2	Gestión de requisitos y análisis de procesos en proyectos de desarrollo de <i>software</i>
Módulo 3	Gestión empresarial: Tecnologías para gestión de recursos y clientes
Módulo 4	Dirección y control de proyectos Informáticos mediante inteligencia de negocio
Módulo 5	Monitoreo y control estratégico de proyectos informáticos
Módulo 6	Analítica digital para la toma de decisiones en proyectos tecnológicos
Módulo 7	Mejora de proyectos informáticos y negocios mediante técnicas analíticas
Módulo 8	Calidad en dirección e implementación de proyectos <i>software</i>
Módulo 9	Cumplimiento normativo para la seguridad de información en proyectos tecnológicos
Módulo 10	Gestión de equipos en proyectos informáticos
Módulo 11	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 12	Dirección de Personas y Gestión del Talento
Módulo 13	<i>Dirección Económico-Financiera</i>
Módulo 14	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
Módulo 15	Management Directivo

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Máster Título Propio en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos de manera totalmente online. Durante los 12 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. Dirección y gestión *Agile* de proyectos tecnológicos

1.1. La gestión de proyectos

- 1.1.1. Dirección y gestión de proyectos
- 1.1.2. Fases de un proyecto

1.2. Dirección de proyectos según *Project Management Institute*

- 1.2.1. PMI y PMBOK
- 1.2.2. Proyecto, programa y portafolio de proyectos
- 1.2.3. Evolución y activos de los procesos de las organizaciones que trabajan con proyectos

1.3. Gestión de procesos según *Project Management Institute*

- 1.3.1. Grupos de procesos y áreas de conocimiento
- 1.3.2. Matriz de procesos

1.4. Metodologías ágiles para la gestión de proyectos

- 1.4.1. Motivación para su aplicación
- 1.4.2. Valores *Agile* y principios del Manifiesto *Agile*
- 1.4.3. Escenarios de aplicación

1.5. Scrum para la gestión ágil de proyectos: descripción del *Framework*

- 1.5.1. *Framework* para gestión ágil
- 1.5.2. Pilares y valores Scrum

1.6. Scrum para la gestión ágil de proyectos: aplicación del modelo

- 1.6.1. Aplicación del *framework*
- 1.6.2. Personas, roles y responsabilidades en Scrum
- 1.6.3. *Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Sprint Retrospective y Sprint Refinement*

1.7. Scrum para la gestión *Agile* de proyectos

- 1.7.1. *Product Backlog, Sprint Backlog* e Incremento
- 1.7.2. Acuerdos en un equipo Scrum
- 1.7.3. Evaluación del rendimiento

1.8. KANBAN para la gestión *Agile* de proyectos

- 1.8.1. El modelo
- 1.8.2. Método Kanban, elementos y beneficios
- 1.8.3. Escenarios de uso habituales

1.9. KANBAN para la gestión *Agile* de proyectos: aplicación del modelo

- 1.9.1. Fundame
- 1.9.2. Aplicación
- 1.9.3. Evaluación del rendimiento

1.10. Elección de modelo para la dirección de proyectos

- 1.10.1. Criterios para la selección de tipo de modelo de dirección
- 1.10.2. Métodos tradicionales vs. Métodos ágiles
- 1.10.3. Conclusiones

Módulo 2. Gestión de requisitos y análisis de procesos en proyectos de desarrollo de *software*

<p>2.1. Análisis de sistemas 2.1.1. Funciones del analista sistemas 2.1.2. Ciclo de desarrollo <i>software</i>: SDLC, OO. <i>Agile</i> 2.1.3. SDLC, OO y <i>Agile</i></p>	<p>2.2. Importancia del análisis y diseño de sistemas 2.2.1. Sistema de información 2.2.2. Integración tecnología IT: HW y <i>software</i> 2.2.3. Selección de metodología</p>	<p>2.3. Ciclo de vida de desarrollo de <i>software</i> 2.3.1. Campañas y tipos 2.3.2. Redención y accionamiento 2.3.3. Tipos de estrategia 2.3.4. Plan de <i>Marketing</i> digital</p>	<p>2.4. Modelo y diseño de sistemas. Integración 2.4.1. Dependencias con otros sistemas operativos en la organización 2.4.2. Integración con metodologías gestión proyectos como PMBOK 2.4.3. Integración con metodologías ágiles</p>
<p>2.5. Toma de requisitos 2.5.1. Métodos interactivos: entrevistas, JAD y cuestionarios 2.5.2. Métodos no interactivos: Observación, revisión documentos 2.5.3. Técnicas de muestreo: <i>Sampling</i></p>	<p>2.6. Análisis de procesos. DFDs 2.6.1. Desarrollo de un DFD con varios niveles 2.6.2. Tipos DFDs: físicos y lógicos, basados en eventos 2.6.3. Particionado DFDs</p>	<p>2.7. Análisis de procesos. Diccionario de datos 2.7.1. Creación del diccionario de datos basado en DAFD previo 2.7.2. Nomenclatura del diccionario de datos 2.7.3. Creación XMLs para intercambio de datos con otros sistemas</p>	<p>2.8. Análisis de procesos. Especificaciones de procesos 2.8.1. Decisiones estructuradas y semiestructuradas 2.8.2. IF-THE-ELSE 2.8.3. Tablas y árboles de decisión</p>
<p>2.9. Importancia de diseño 2.9.1. Diseño de salidas 2.9.2. Diseño entradas 2.9.3. Validación del diseño</p>	<p>2.10. Diseño de la base de datos 2.10.1. Normalización de datos 2.10.2. Diagramas E-R: relaciones 1 a muchos y muchos a muchos 2.10.3. Desnormalización</p>		

Módulo 3. Gestión empresarial: tecnologías para gestión de recursos y clientes

3.1. Sistemas de almacenamiento y gestión de información empresarial

- 3.1.1. *Enterprise Resource Planning*
- 3.1.2. *Customer Relationship Management*
- 3.1.3. *Enterprise Resource Planning vs. Customer Relationship Management*
- 3.1.4. *Enterprise Resource Planning y Customer Relationship Management en el negocio*

3.2. El *Enterprise Resource Planning*

- 3.2.1. Aportación de un *Enterprise Resource Planning* en la empresa
- 3.2.2. Implantación y gestión
- 3.2.3. Día a día de un *Enterprise Resource Planning*

3.3. *Enterprise Resource Planning* y su gestión

- 3.3.1. Los módulos de un ERO
- 3.3.2. Tipos de sistemas de *Enterprise Resource Planning*
- 3.3.3. Herramientas en el mercado

3.4. *Customer Relationship Management*

- 3.4.1. Aportación de un *Customer Relationship Management* a la empresa
- 3.4.2. Diseño de un sistema de información
- 3.4.3. *Customer Relationship Management* para procesos de mejora

3.5. *Customer Relationship Management* para diseños de proyectos

- 3.5.1. Situación actual del entorno
- 3.5.2. Venta o fidelización
- 3.5.3. Rentabilidad de fidelizar clientes

3.6. *Customer Relationship Management*. Trabajar con la información

- 3.6.1. Marketing y gestión de proyectos
- 3.6.2. Factores de éxito
- 3.6.3. Estrategias

3.7. *Customer Relationship Management*. Herramienta de comunicación

- 3.7.1. La comunicación
- 3.7.2. La información
- 3.7.3. La Escucha Activa
- 3.7.4. Estrategias de inversión en sistemas de información

3.8. *Customer Relationship Management*. Recuperación de clientes insatisfechos

- 3.8.1. Detección de errores a tiempo
- 3.8.2. Corrección y subsanación de errores
- 3.8.3. Recuperación del cliente y diseño de procesos de mejora continua

3.9. Proyectos informáticos

- 3.9.1. Objetivos
- 3.9.2. *Enterprise Resource Planning* y *Customer Relationship Management* para atraer clientes
- 3.9.3. Diseño de proyectos
- 3.9.4. Evaluación y registro de resultados

3.10. Desarrollo de un proyecto informático

- 3.10.1. Errores frecuentes
- 3.10.2. Metodología
- 3.10.3. Segmentación y procesos
- 3.10.4. Formación
- 3.10.5. Diseño de acciones aplicadas a *Customer Relationship Management* y *Enterprise Resource Planning*

Módulo 4. Dirección y control de proyectos informáticos mediante inteligencia de negocio**4.1. Inteligencia de negocio**

- 4.1.1. Inteligencia de negocio
- 4.1.2. Gestión de los datos
- 4.1.3. Ciclo de vida del dato
- 4.1.4. Arquitectura
- 4.1.5. Aplicaciones

4.2. Gestión de proyectos informáticos mediante técnicas analíticas

- 4.2.1. Elección de Inteligencia de Negocio
- 4.2.2. Ventajas de la Inteligencia de Negocio para los proyectos
- 4.2.3. Ejemplos y aplicaciones

4.3. Recolección y almacenamiento

- 4.3.1. Modelos de negocio y modelos de datos
- 4.3.2. Tipos de almacenamiento
- 4.3.3. Almacenamiento de *Big Data* en la Nube

4.4. Procesamiento masivo de datos e información

- 4.4.1. Tipos de procesamiento de datos
- 4.4.2. Técnicas para simplificar el procesamiento masivo
- 4.4.3. Procesamiento en la Nube

4.5. Técnicas analíticas

- 4.5.1. Técnicas analíticas
- 4.5.2. Análisis predictivo
- 4.5.3. Análisis de patrones y recomendación
- 4.5.4. Aprendizaje automático escalable

4.6. Visualización para toma de decisiones

- 4.6.1. Visualización y análisis de datos
- 4.6.2. Herramientas
- 4.6.3. La visualización para el análisis de datos
- 4.6.4. Diseño de informes

4.7. Consumo de información empresarial

- 4.7.1. El cuadro de mando
- 4.7.2. Diseño y extracción de KPIs
- 4.7.3. Información geográfica

4.8. Seguridad y gobernanza

- 4.8.1. Seguridad
- 4.8.2. Gobernanza

4.9. Aplicaciones reales a proyectos informáticos

- 4.9.1. De la recolección al procesamiento
- 4.9.2. Del análisis a la visualización

4.10. Dirección de un proyecto

- 4.10.1. Proyecto
- 4.10.2. Toma de requisitos y objetivos
- 4.10.3. Puesta en marcha y ejecución

Módulo 5. Monitoreo y control estratégico de proyectos informáticos

5.1. El Dato y la información para la toma de decisiones y la dirección de proyectos

- 5.1.1. Inteligencia de negocio
- 5.1.2. Evolución del concepto de inteligencia de negocio
- 5.1.3. Ciclo de vida del Dato

5.2. Técnicas para análisis de información

- 5.2.1. Analítica descriptiva
- 5.2.2. Analítica prescriptiva
- 5.2.3. Analítica predictiva
- 5.2.4. Análisis de patrones y recomendaciones
- 5.2.5. Aportaciones del análisis en proyectos informáticos

5.3. Tipos de datos

- 5.3.1. datos estructurados
- 5.3.2. datos semiestructurados
- 5.3.3. datos no estructurados

5.4. Almacenamiento y gestión

- 5.4.1. *Data Lake, Data Warehouse y Data Mart*
- 5.4.2. Etapas en la gestión del dato: extracción, transformación y carga
- 5.4.3. Paradigma ETL y ELT

5.5. Gestión del Dato para implantación de un proyecto

- 5.5.1. Uso del Dato en el diseño de un proyecto
- 5.5.2. Toma de decisiones
- 5.5.3. Aportaciones

5.6. Soluciones de inteligencia de negocio: *Power BI*

- 5.6.1. Ecosistema
- 5.6.2. Posibles fortalezas y debilidades

5.7. Soluciones de inteligencia de negocio: *Tableau*

- 5.7.1. Ecosistema
- 5.7.2. Fortalezas y debilidades

5.8. Soluciones de inteligencia de negocio: *Qlik*

- 5.8.1. Ecosistema
- 5.8.2. Posibles fortalezas y debilidades

5.9. Soluciones de inteligencia de negocio: *Prometeus*

- 5.9.1. Ecosistema
- 5.9.2. Posibles fortalezas y debilidades

5.10. El futuro de la Inteligencia de Negocio

- 5.10.1. Aplicaciones en la Nube
- 5.10.2. Inteligencia de negocio de autoconsumo
- 5.10.3. Integración con *Data Science*. Generación de valor

Módulo 6. Analítica digital para la toma de decisiones en proyectos tecnológicos

6.1. Analítica digital

- 6.1.1. Analítica digital
- 6.1.2. Modus operandi

6.2. Google Analytics: herramienta de análisis

- 6.2.1. Google Analytics
- 6.2.2. Cuantificar y cualificar: métricas y dimensiones
- 6.2.3. Objetivos del análisis

6.3. Métricas

- 6.3.1. Métricas básicas
- 6.3.2. KPI (*Key Performance Indicators*) o métricas avanzadas
- 6.3.3. El objetivo: la conversión

6.4. Dimensiones

- 6.4.1. Campaña/*keyword*
- 6.4.2. Fuente/medio
- 6.4.3. Contenido

6.5. Google Analytics

- 6.5.1. Instalación y configuración de la herramienta
- 6.5.2. Versiones existentes en la actualidad: UA/GA4
- 6.5.3. Objetivos de conversión. Embudos de conversión

6.6. Estructura de Google Analytics: áreas de trabajo

- 6.6.1. Cuentas
- 6.6.2. Propiedades
- 6.6.3. Vistas

6.7. Informes de Google Analytics

- 6.7.1. En tiempo real
- 6.7.2. Audiencia
- 6.7.3. Adquisición
- 6.7.4. Comportamiento
- 6.7.5. Conversiones

6.8. Informes avanzados de Google Analytics

- 6.8.1. Informes personalizados
- 6.8.2. Paneles
- 6.8.3. APIs

6.9. Filtrado

- 6.9.1. Filtrado y segmentación. Usabilidad
- 6.9.2. Segmentos predeterminados y segmentos personalizados
- 6.9.3. Listas de Remarketing

6.10. Plan de Analítica Digital

- 6.10.1. Medición
- 6.10.2. Implementación en el entorno tecnológico
- 6.10.3. Conclusiones

Módulo 7. Mejora de proyectos informáticos y negocios mediante técnicas analíticas

7.1. La analítica de datos en las empresas

- 7.1.1. La analítica de datos en las empresas
- 7.1.2. El valor
- 7.1.3. Gestión de proyectos según el valor

7.2. Marketing digital

- 7.2.1. Marketing digital
- 7.2.2. Beneficios del marketing digital

7.3. Marketing digital. Preparación

- 7.3.1. Campañas
- 7.3.2. Ejecución y medición
- 7.3.3. Variantes de estrategia digital
- 7.3.4. Planificación

7.4. Marketing digital. Ejecución

- 7.4.1. Aplicaciones
- 7.4.2. Integración en entornos web

7.5. Ciclo de vida

- 7.5.1. *Customer journey* vs. campañas
- 7.5.2. Medición

7.6. Gestión del Dato

- 7.6.1. *Datawarehouse* y *Datalab*
- 7.6.2. Aplicaciones para la generación de bases de campañas
- 7.6.3. Opciones de accionamiento

7.7. Exclusiones de campañas

- 7.7.1. Tipos
- 7.7.2. GDPR y Robinson
- 7.7.3. Anonimización del Dato

7.8. Cuadros de mandos

- 7.8.1. Audiencia
- 7.8.2. *Storytelling*
- 7.8.3. Aplicaciones

7.9. Conclusiones de valor en analítica de datos

- 7.9.1. Visión global del cliente
- 7.9.2. Estrategia del análisis y tipos
- 7.9.3. Aplicaciones

7.10. Aplicación en escenarios empresariales

- 7.10.1. *Clustering* de cartera
- 7.10.2. Modelos predictivos de riesgo
- 7.10.3. Caracterización de clientes de cartera
- 7.10.4. Tratamiento de imágenes
- 7.10.5. Modelos de proposición de oferta

Módulo 8. Calidad en dirección e implementación de proyectos software**8.1. Calidad del software**

- 8.1.1. Metodologías y normativas
- 8.1.2. Informes de calidad de *software*: informe CHAOS de Standish Group
- 8.1.3. Certificaciones de calidad de *Software*: ISO, AENOR

8.2. Codificación segura

- 8.2.1. Codificación: razones y tipos de códigos
- 8.2.2. Reglas de codificación

8.3. Calidad de los datos mediante la validación de entrada

- 8.3.1. Captura eficiente de datos
- 8.3.2. Métodos de "*data-entry*": OCR, *Keyboard*, RFID, etc
- 8.3.3. Test y pruebas de validación de datos

8.4. Gestión de calidad total: *Six Sigma*

- 8.4.1. TQM
- 8.4.2. *Six Sigma*: Metodología y cultura
- 8.4.3. Diseño sistemas "*Top Down*" y programación modular
- 8.4.4. Documentación: Método documentación FOLKLORE

8.5. Pruebas, mantenimiento y auditorías

- 8.5.1. Procesos de test
- 8.5.2. Uso de datos de test
- 8.5.3. Auditorías y auditores externos

8.6. Calidad de productos implementados en redes

- 8.6.1. Tecnología "*Client-Server*"
- 8.6.2. Tecnología "*Cloud Computing*"

8.7. Formación a usuarios

- 8.7.1. Estrategias de formación a usuarios
- 8.7.2. Guías de formación

8.8. Estrategias conversión/migración a nuevos sistemas

- 8.8.1. Estrategias de migración: paralelo, gradual
- 8.8.2. Plan de migración/conversión
- 8.8.3. Gestión de los propietarios de los datos

8.9. Seguridad

- 8.9.1. Seguridad física y lógica: destrucción de documentos
- 8.9.2. Comercio electrónico
- 8.9.3. Plan "*Disaster-Recovery*"

8.10. Evaluación

- 8.10.1. Técnicas de evaluación de calidad
- 8.10.2. Evaluación en entornos web

Módulo 9. Cumplimiento normativo para la seguridad de información en proyectos tecnológicos

9.1. Normativa de protección de datos

- 9.1.1. Marco normativo
- 9.1.2. Sujetos obligados al cumplimiento de la normativa
 - 9.1.2.1. Responsables, corresponsables y encargados de tratamiento
- 9.1.3. La figura del delegado de Protección de Datos

9.2. Tratamiento de los datos personales

- 9.2.1. Licitud, lealtad y transparencia
- 9.2.2. Limitación de la finalidad
- 9.2.3. Minimización de datos, exactitud y limitación del plazo de conservación
- 9.2.4. Integridad y confidencialidad
- 9.2.5. Responsabilidad proactiva

9.3. Protección de datos desde el diseño y por defecto

- 9.3.1. Seudonimización de datos
- 9.3.2. Minimización de datos
- 9.3.3. Medidas organizativas acordes a la finalidad del tratamiento

9.4. Bases de licitud o legitimación y habilitaciones para el tratamiento. Comunicación de datos

- 9.4.1. Consentimiento
- 9.4.2. Relación contractual o medidas precontractuales
- 9.4.3. Cumplimiento de una obligación legal
- 9.4.4. Protección de intereses vitales del interesado u otra persona
- 9.4.5. Interés público o ejercicio de poderes públicos
- 9.4.6. Interés legítimo: ponderación de intereses

9.5. Derechos de los individuos

- 9.5.1. Transparencia e información
- 9.5.2. Acceso
- 9.5.3. Rectificación y supresión (derecho al olvido), limitación y portabilidad
- 9.5.4. Oposición y decisiones individuales automatizadas
- 9.5.5. Limitaciones a los derechos

9.6. Análisis y gestión de riesgos de tratamientos de datos personales

- 9.6.1. Identificación de riesgos y amenazas para los derechos y libertades de las personas físicas
- 9.6.2. Evaluación de riesgos
- 9.6.3. Plan de Tratamiento de Riesgos

9.7. Técnicas para garantizar el cumplimiento de la normativa de Protección de Datos

- 9.7.1. Identificación de medidas de responsabilidad proactiva
- 9.7.2. Registro de actividades de tratamiento
- 9.7.3. Gestión de brechas de seguridad
- 9.7.4. Códigos de conducta y certificaciones

9.8. La evaluación de impacto relativa a la protección de los datos personales (EIPD o DPIA)

- 9.8.1. Estudio de necesidad de la EIPD
- 9.8.2. Metodología de evaluación
- 9.8.3. Identificación de riesgos y amenazas
- 9.8.4. Consulta previa a la autoridad de control

9.9. Seguridad de la información

- 9.9.1. Marcos normativos de seguridad
- 9.9.2. La evaluación y certificación de productos de seguridad TIC
- 9.9.3. Catálogo de productos y servicios STIC (CPSTIC)

9.10. Las autoridades de control. Infracciones y sanciones

- 9.10.1. Infracciones
- 9.10.2. Sanciones
- 9.10.3. Procedimiento sancionador
- 9.10.4. Las autoridades de control y mecanismos de cooperación

Módulo 10. Gestión de equipos en proyectos informáticos

10.1. Gestión de equipos

- 10.1.1. Las habilidades directivas
- 10.1.2. La gestión del capital humano y las funciones directivas
- 10.1.3. Clasificación y tipos de habilidades directivas
- 10.1.4. Gestión de liderazgo de grupos en las empresas

10.2. Team Building

- 10.2.1. Dirección de equipos
- 10.2.2. Evaluación del desempeño
- 10.2.3. Delegación y *empowerment*
- 10.2.4. Gestión del compromiso

10.3. Equipo de trabajo

- 10.3.1. Cultura: misión, visión, valores
- 10.3.2. Planeación y estrategia
- 10.3.3. Organización y seguimiento
- 10.3.4. *Feedback* y *feedforward*
- 10.3.5. Evaluación de resultados

10.4. Etapas en la formación de equipo

- 10.4.1. Etapa de dependencia
- 10.4.2. Etapa de contradependencia
- 10.4.3. Etapa de independencia
- 10.4.4. Etapa de interdependencia

10.5. Organización de proyectos informáticos

- 10.5.1. Planificación en la empresa
- 10.5.2. Planificación del tiempo
- 10.5.3. Planificación de recursos
- 10.5.4. Planificación de los costes

10.6. Talent management en la empresa

- 10.6.1. El talento
- 10.6.2. Gestión del talento
- 10.6.3. Dimensiones del talento
- 10.6.4. Atracción del talento

10.7. La comunicación en la empresa

- 10.7.1. El proceso de comunicación en la empresa
 - 10.7.1.1. Las relaciones y la comunicación interna de la empresa
 - 10.7.1.2. La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
 - 10.7.1.3. Herramientas de comunicación interna y externa

10.7.2. Relaciones interpersonales en la empresa

- 10.7.2.1. La comunicación y el conflicto interpersonal
- 10.7.2.2. Filtros y barreras de la comunicación
- 10.7.2.3. La crítica y la Escucha Activa
- 10.7.2.4. Técnicas para la escucha activa

10.8. Técnicas de negociación en la empresa

- 10.8.1. La negociación en el ámbito directivo de las empresas tecnológicas
 - 10.8.1.1. Negociación
 - 10.8.1.2. Estilos de negociación
 - 10.8.1.3. Fases de la negociación

10.8.2. Técnicas de negociación

- 10.8.2.1. Estrategias y tácticas de negociación
- 10.8.2.2. Tipos de negociación

10.8.3. La figura del sujeto negociador

- 10.8.3.1. Características del negociador
- 10.8.3.2. Clases de negociadores
- 10.8.3.3. La psicología en la negociación

10.9. Coaching y dirección empresarial

- 10.9.1. *Coaching* empresarial
- 10.9.2. La práctica del *coaching*
- 10.9.3. *Coaching* en las organizaciones

10.10. Mentoring y dirección empresarial

- 10.10.1. El *Mentoring*
- 10.10.2. Los 4 procesos de un programa de *mentoring*
 - 10.10.2.1. Procesos
 - 10.10.2.2. La figura del mentor en la empresa
 - 10.10.2.3. Figura del protegido en la empresa tecnológica
- 10.10.3. Beneficios del *mentoring* en la empresa
 - 10.10.3.1. Beneficios para la organización: mentor y mentorizado
- 10.10.4. Diferencias entre *mentoring* y *coaching* A

Módulo 9. Cumplimiento normativo para la seguridad de información en proyectos tecnológicos

9.1. Normativa de protección de datos

- 9.1.1. Marco normativo
- 9.1.2. Sujetos obligados al cumplimiento de la normativa
 - 9.1.2.1. Responsables, corresponsables y encargados de tratamiento
- 9.1.3. La figura del delegado de Protección de Datos

9.2. Tratamiento de los datos personales

- 9.2.1. Licitud, lealtad y transparencia
- 9.2.2. Limitación de la finalidad

- 9.2.3. Minimización de datos, exactitud y limitación del plazo de conservación
- 9.2.4. Integridad y confidencialidad
- 9.2.5. Responsabilidad proactiva

9.3. Protección de datos desde el diseño y por defecto

- 9.3.1. Seudonimización de datos
- 9.3.2. Minimización de datos
- 9.3.3. Medidas organizativas acordes a la finalidad del tratamiento

9.4. Bases de licitud o legitimación y habilitaciones para el tratamiento.

Comunicación de datos

- 9.4.1. Consentimiento
- 9.4.2. Relación contractual o medidas precontractuales
- 9.4.3. Cumplimiento de una obligación legal
- 9.4.4. Protección de intereses vitales del interesado u otra persona
- 9.4.5. Interés público o ejercicio de poderes públicos
- 9.4.6. Interés legítimo: ponderación de intereses

9.5. Derechos de los individuos

- 9.5.1. Transparencia e información

- 9.5.2. Acceso
- 9.5.3. Rectificación y supresión (derecho al olvido), limitación y portabilidad
- 9.5.4. Oposición y decisiones individuales automatizadas
- 9.5.5. Limitaciones a los derechos

9.6. Análisis y gestión de riesgos de tratamientos de datos personales

- 9.6.1. Identificación de riesgos y amenazas para los derechos y libertades de las personas físicas
- 9.6.2. Evaluación de riesgos
- 9.6.3. Plan de Tratamiento de Riesgos

9.7. Técnicas para garantizar el cumplimiento de la normativa de Protección de Datos

- 9.7.1. Identificación de medidas de responsabilidad proactiva
- 9.7.2. Registro de actividades de tratamiento
- 9.7.3. Gestión de brechas de seguridad
- 9.7.4. Códigos de conducta y certificaciones

9.8. La evaluación de impacto relativa

a la protección de los datos personales (EIPD o DPIA)

- 9.8.1. Estudio de necesidad de la EIPD
- 9.8.2. Metodología de evaluación
- 9.8.3. Identificación de riesgos y amenazas
- 9.8.4. Consulta previa a la autoridad de control

9.9. Seguridad de la información

- 9.9.1. Marcos normativos de seguridad
- 9.9.2. La evaluación y certificación de productos de

- seguridad TIC
- 9.9.3. Catálogo de productos y servicios STIC (CPSTIC)

9.10. Las autoridades de control. Infracciones y sanciones

- 9.10.1. Infracciones
- 9.10.2. Sanciones
- 9.10.3. Procedimiento sancionador
- 9.10.4. Las autoridades de control y mecanismos de

cooperación

Módulo 10. Gestión de equipos en proyectos informáticos

10.1. Gestión de equipos

- 10.1.1. Las habilidades directivas
- 10.1.2. La gestión del capital humano y las funciones directivas
- 10.1.3. Clasificación y tipos de habilidades directivas
- 10.1.4. Gestión de liderazgo de grupos en las empresas

10.2. Team Building

- 10.2.1. Dirección de equipos
- 10.2.2. Evaluación del desempeño
- 10.2.3. Delegación y *empowerment*
- 10.2.4. Gestión del compromiso

- 10.3.2. Planeación y estrategia
- 10.3.3. Organización y seguimiento
- 10.3.4. *Feedback* y *feedforward*
- 10.3.5. Evaluación de resultados

10.4. Etapas en la formación de equipo

- 10.4.1. Etapa de dependencia
- 10.4.2. Etapa de contradependencia
- 10.4.3. Etapa de independencia

- 10.4.4. Etapa de interdependencia

10.5. Organización de proyectos informáticos

- 10.5.1. Planificación en la empresa
- 10.5.2. Planificación del tiempo
- 10.5.3. Planificación de recursos
- 10.5.4. Planificación de los costes

10.6. Talent management en la empresa

- 10.6.1. El talento
- 10.6.2. Gestión del talento
- 10.6.3. Dimensiones del talento
- 10.6.4. Atracción del talento

10.7. La comunicación en la empresa

- 10.7.1. El proceso de comunicación en la empresa
 - 10.7.1.1. Las relaciones y la comunicación

- interna de la empresa
- 10.7.1.2. La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
- 10.7.1.3. Herramientas de comunicación interna y externa

- 10.7.2. Relaciones interpersonales en la empresa
 - 10.7.2.1. La comunicación y el conflicto interpersonal

- 10.7.2.2. Filtros y barreras de la comunicación
- 10.7.2.3. La crítica y la Escucha Activa
- 10.7.2.4. Técnicas para la escucha activa

10.8. Técnicas de negociación en la empresa

- 10.8.1. La negociación en el ámbito directivo de las empresas tecnológicas

- 10.8.1.1. Negociación
- 10.8.1.2. Estilos de negociación
- 10.8.1.3. Fases de la negociación
- 10.8.2. Técnicas de negociación
 - 10.8.2.1. Estrategias y tácticas de negociación
 - 10.8.2.2. Tipos de negociación
- 10.8.3. La figura del sujeto negociador
 - 10.8.3.1. Características del negociador

- 10.8.3.2. Clases de negociadores
- 10.8.3.3. La psicología en la negociación

10.9. Coaching y dirección empresarial

- 10.9.1. *Coaching* empresarial
- 10.9.2. La práctica del *coaching*
- 10.9.3. *Coaching* en las organizaciones

10.10. Mentoring y dirección empresarial

- 10.10.1. El *Mentoring*
- 10.10.2. Los 4 procesos de un programa de *mentoring*
 - 10.10.2.1. Procesos
 - 10.10.2.2. La figura del mentor en la empresa
 - 10.10.2.3. Figura del protegido en la empresa tecnológica
- 10.10.3. Beneficios del *mentoring* en la empresa

- 10.10.3.1. Beneficios para la organización: mentor y mentorizado
- 10.10.4. Diferencias entre *mentoring* y *coaching* A

Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

11.1. Globalización y Gobernanza

- 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
- 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
- 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

11.2. Liderazgo

- 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
- 11.2.2. Liderazgo en las empresas
- 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 11.3.3. Gestión de la Diversidad

11.4. Desarrollo directivo y liderazgo

- 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
- 11.4.2. Concepto de Liderazgo
- 11.4.3. Teorías del Liderazgo
- 11.4.4. Estilos de Liderazgo
- 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
- 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

11.5. Ética empresarial

- 11.5.1. Ética y Moral
- 11.5.2. Ética Empresarial
- 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

11.6. Sostenibilidad

- 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Las empresas sostenibles

11.7. Responsabilidad Social de la Empresa

- 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC

11.9. Multinacionales y derechos humanos

- 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

11.10. Entorno legal y Corporate Governance

- 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
- 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

12.1. Dirección Estratégica de personas

- 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 12.1.2. Dirección estratégica de personas

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias

- 12.2.1. Análisis del potencial
- 12.2.2. Política de retribución
- 12.2.3. Planes de carrera/sucesión

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

- 12.3.1. La gestión del rendimiento
- 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas

- 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 12.4.3. Fidelización y retención
- 12.4.4. Proactividad e innovación

12.5. Motivación

- 12.5.1. La naturaleza de la motivación
- 12.5.2. La teoría de las expectativas
- 12.5.3. Teorías de las necesidades
- 12.5.4. Motivación y compensación económica

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño

- 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

12.7. Gestión del cambio

- 12.7.1. Gestión del cambio
- 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

12.8. Negociación y gestión de conflictos

- 12.8.1. Negociación
- 12.8.2. Gestión de Conflictos
- 12.8.3. Gestión de Crisis

12.9. Comunicación directiva

- 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 12.9.2. Departamentos de Comunicación
- 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 12.10.1. La productividad
- 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

13.1. Entorno Económico

- 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 13.1.2. Instituciones financieras
- 13.1.3. Mercados financieros
- 13.1.4. Activos financieros
- 13.1.5. Otros entes del sector financiero

13.2. Contabilidad Directiva

- 13.2.1. Conceptos básicos
- 13.2.2. El Activo de la empresa
- 13.2.3. El Pasivo de la empresa
- 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
- 13.2.5. La Cuenta de Resultados

13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*

- 13.3.1. Fundamentos y clasificación
- 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto

13.4. Presupuesto y Control de Gestión

- 13.4.1. El modelo presupuestario
- 13.4.2. El Presupuesto de Capital
- 13.4.3. La Presupuesto de Explotación
- 13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
- 13.4.6. Seguimiento del Presupuesto

13.5. Dirección Financiera

- 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 13.5.2. El departamento financiero
- 13.5.3. Excedentes de tesorería
- 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

13.6. Planificación Financiera

- 13.6.1. Definición de la planificación financiera
- 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 13.6.4. El cuadro *Cash Flow*
- 13.6.5. El cuadro de circulante

13.7. Estrategia Financiera Corporativa

- 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

13.8. Financiación Estratégica

- 13.8.1. La autofinanciación
- 13.8.2. Ampliación de fondos propios
- 13.8.3. Recursos Híbridos
- 13.8.4. Financiación a través de intermediarios

13.9. Análisis y planificación financiera

- 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
- 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad

13.10. Análisis y resolución de casos/problemas

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

14.1. Dirección comercial

- 14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
- 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 14.1.3. El rol de los directores comerciales

14.2. Marketing

- 14.2.1. Concepto de Marketing
- 14.2.2. Elementos básicos del marketing
- 14.2.3. Actividades de marketing de la empresa

14.3. Gestión Estratégica del Marketing

- 14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
- 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

14.4. Marketing digital y comercio electrónico

- 14.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
- 14.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
- 14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
- 14.4.4. Categorías del comercio electrónico
- 14.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional

14.5. Marketing digital para reforzar la marca

- 14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
- 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

- 14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. Hipersegmentación

14.7. Gestión de campañas digitales

- 14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital

14.8. Estrategia de ventas

- 14.8.1. Estrategia de ventas
- 14.8.2. Métodos de ventas

14.9. Comunicación Corporativa

- 14.9.1. Concepto
- 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 14.9.5. Elementos de la comunicación
- 14.9.6. Problemas de la comunicación
- 14.9.7. Escenarios de la comunicación

14.10. Comunicación y reputación digital

- 14.10.1. Reputación online
- 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 14.10.3. Herramientas de reputación online
- 14.10.4. Informe de reputación online
- 14.10.5. *Branding* online

Módulo 15. Management Directivo

15.1. General Management

- 15.1.1. Concepto de General Management
- 15.1.2. La acción del Manager General
- 15.1.3. El Director General y sus funciones
- 15.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección

15.2. Dirección de operaciones

- 15.2.1. Importancia de la dirección
- 15.2.2. La cadena de valor
- 15.2.3. Gestión de calidad

15.3. Comunicación en situaciones de crisis

- 15.3.1. Crisis
- 15.3.2. Fases de la crisis
- 15.3.3. Mensajes: contenidos y momentos

15.4. Preparación de un plan de crisis

- 15.4.1. Análisis de posibles problemas
- 15.4.2. Planificación
- 15.4.3. Adecuación del personal

15.5. Inteligencia emocional

- 15.5.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 15.5.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 15.5.3. Autoestima y comunicación emocional

15.6. Branding Personal

- 15.6.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 15.6.2. Leyes del branding personal
- 15.6.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

15.7. Liderazgo y gestión de equipos

- 15.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 15.7.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 15.7.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 15.7.4. Gestión de Equipos Multiculturales

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 casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil de nuestros alumnos

El presente MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos está dirigido a los profesionales del ámbito tecnológico que quieran enfocar su carrera en la dirección y gestión de equipos de trabajo, con los conocimientos avanzados que, además, se exigen en este campo. Para ello, se le proporciona al alumno las mejores metodologías, herramientas de trabajo y conocimientos teóricos de la materia, a fin de prepararlo de la mejor manera posible para afrontar responsabilidades y puestos mayores.





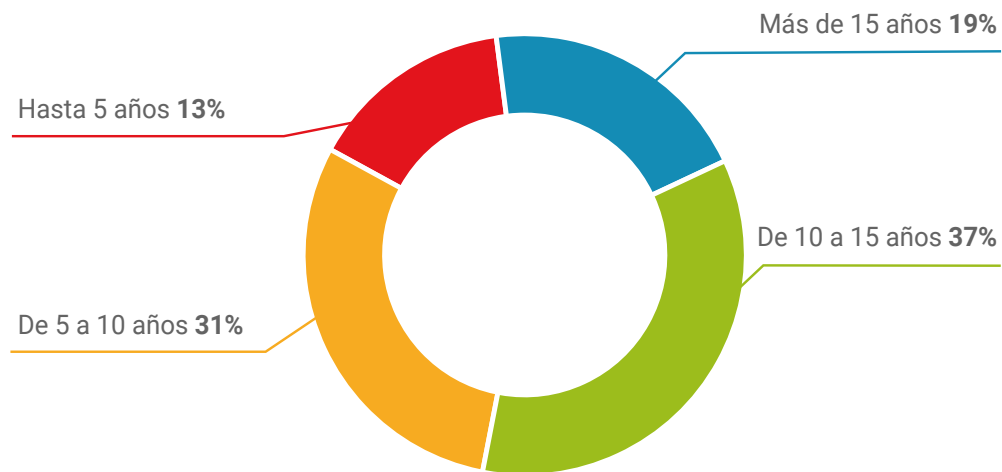
“

Los mejores puestos de trabajo están reservados para los más preparados. Da el salto que necesita tu carrera profesional cursando este MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos”

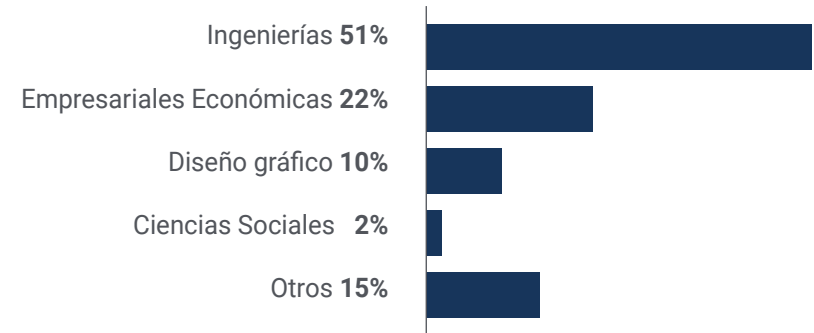
Edad media

Entre **35** y **45** años

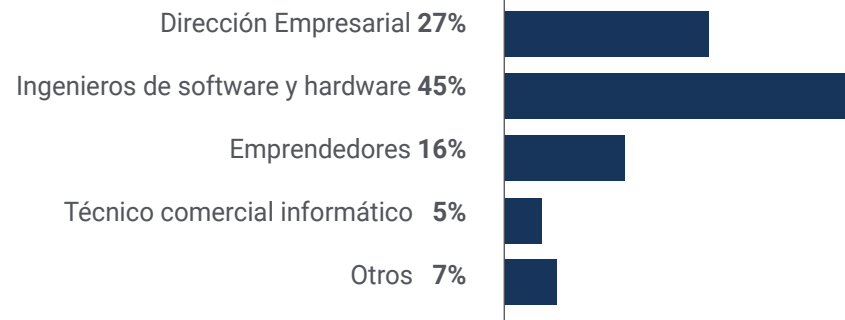
Años de experiencia



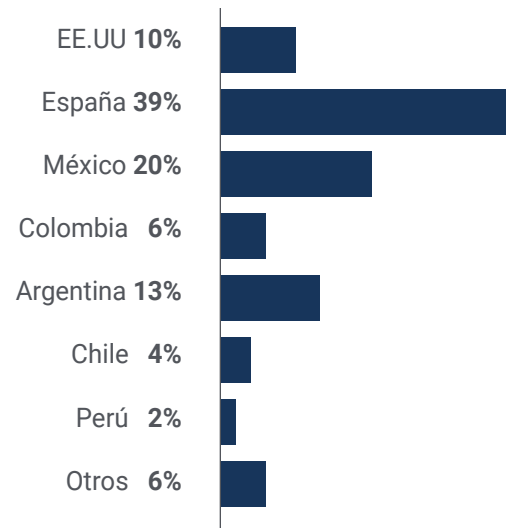
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Miguel Valero Bautista

Director de Proyectos Tecnológicos

"Estaba atascado en mi carrera profesional desde hacía tiempo, pero gracias al programa en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos de TECH pude empezar a postular a ofertas laborales cada vez más importantes y asumir más responsabilidades en mi entorno. Sin lugar a dudas, esta titulación llevó mi trayectoria a otro nivel"

09

Dirección del curso

TECH reúne para este Máster Título Propio a los mejores docentes de cada campo de actuación en el ámbito de los proyectos tecnológicos, para asegurar al alumno la mejor enseñanza posible en la materia. Los profesionales altamente cualificados que conforman el cuadro docente aportarán su experiencia profesional y *know-how* para ayudar al estudiante a alcanzar el éxito laboral que ellos mismos han conseguido en sus respectivas carreras, adquiriendo la cualificación necesaria para acceder a puestos de dirección.



“

Estarás en la élite de la alta dirección tecnológica gracias a la ayuda de los expertos que TECH ha reunido en este Máster Título Propio”

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

El Doctor 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!”

Director



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO y CTO en *Prometeus Global Solutions*
- ♦ CTO en *Korporate Technologies* en *Korporate Technologies*
- ♦ CTO en *AI Shephers GmbH*
- ♦ Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela. Premio Extraordinario de Doctorado
- ♦ Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Master MBA+E (Master en Administración de Empresas e Ingeniería de Organización) por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Profesor asociado, con docencia en Grado y Máster en Ingeniería Informática, en Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Profesor de Máster en *Big Data* y *Data Science* en Universidad Internacional de Valencia
- ♦ Profesor de Máster en Industria 4.0 y del Máster en Diseño Industrial y Desarrollo de producto
- ♦ Miembro del Grupo de Investigación SMILE de la Universidad de Castilla la Mancha

Profesores

D. Gómez Esteban, Enrique

- ♦ Administrador de base de datos Oracle en la OTAN, Alten, ViewNext, Everis y Psa Group (Peugeot)
- ♦ Jefe de proyectos en Telefónica
- ♦ Jefe de Seguridad en la FNMT
- ♦ Asesor técnico en IBM Sterling e IBM Aspera
- ♦ Ingeniero de *software* en NCR Corporation
- ♦ Peritajes Informáticos en los ámbitos Mercantil/Civil, Penal y Extrajudicial en la Comunidad de Madrid
- ♦ Ingeniero en Informática por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster postgrado en Seguridad Informática y Comunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid

D. Fondón Alcalde, Rubén

- ♦ Analista de negocio en gestión del valor del cliente en Vodafone España
- ♦ Jefe de integración de servicios en Entelgy para Telefónica Global Solutions
- ♦ Administrador de cuentas en línea de servidores clónicos en EDM Electronics
- ♦ Analista de Negocios para el Sur de Europa en Vodafone Global Enterprise
- ♦ Ingeniero de Telecomunicaciones por la Universidad Europea de Madrid
- ♦ Máster en *Big Data* y *Analytics* por la Universidad Internacional de Valencia

D. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ Gestión de proyectos y director técnico en Indra Sistemas
- ♦ Responsable del Centro de Control y Gestión de Tráfico de la Dirección General de Tráfico en Madrid
- ♦ Ingeniero de Sistemas en ENA Tráfico
- ♦ Grado en Ingeniería en Electrónica Industrial y Automática por la Universidad Europea de Madrid
- ♦ Ingeniero Técnico Industrial en Electricidad por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Máster en Industria 4.0 por la Universidad Internacional de La Rioja

Dña. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Gestora de proyectos en el área de Integración de Grandes Cuentas en Correos y Telégrafos
- ♦ Técnico Informático - Responsable de aulas informáticas OTEC en la Universidad de Alcalá
- ♦ Técnico de producto seguridad electrónica en Securitas Seguridad España
- ♦ Responsable de transformación digital y Analista de Inteligencia Empresarial en Ricopia Technologies
- ♦ Profesora de clases de Informática en Asociación ASALUMA
- ♦ Grado en Ingeniería Electrónica de Comunicaciones en Universidad de Alcalá

D. García Niño, Pedro

- ♦ Especialista en Posicionamiento Web y SEO/Google Ads
- ♦ Especialista en SEO On-Page/Off-Page
- ♦ Especialista en Google Ads (SEM / PPC) con certificación oficial
- ♦ Especialista en Google Analytics/Análítica de Marketing Digital y medición de resultados
- ♦ Especialista en Marketing Digital y RRSS
- ♦ Director de ventas de servicios informáticos
- ♦ Técnico de equipos informáticos especialista en hardware/software

Dña. García La O, Marta

- ♦ Gestión, administración y *account management* en Think Planificación y Desarrollo
- ♦ Organización, supervisión y tutoría de cursos de formación para altos Directivos en Think Planificación y Desarrollo
- ♦ Contable administrativa en Tabacos Santiago y Zaraiche-Stan Roller
- ♦ Especialista en Marketing en Versas Consultores
- ♦ Diplomatura en Ciencias Empresariales por la Universidad de Murcia
- ♦ Máster en Dirección comercial y Marketing por la Fundesem Business School





Dña. Palomino Dávila, Cristina

- Consultora y auditora senior GRC en Oesía Networks
- Subdirección de Auditoría - Secretaría General en Compañía Logística de Hidrocarburos CLH
- Consultora y auditora senior en materia de Protección de Datos de Carácter Personal y servicios de la sociedad de la información en Helas Consultores
- Licenciada en Derecho por la Universidad de Castilla La Mancha
- Máster en Asesoría Jurídica de Empresas por el Instituto de Empresa
- Curso Superior en Dirección de Seguridad Digital y Gestión de Crisis por la Universidad de Alcalá y Alianza Española de Seguridad y Crisis (AESYC)

10

Impacto para tu carrera

Al cursar el MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos el alumno se está asegurando un impacto positivo en su carrera profesional. Esto viene dado por las competencias y conocimientos adquiridos durante la enseñanza, siendo estos los más demandados por las empresas tecnológicas que buscan incorporar a directivos eficaces en su plantilla. El alumno destacará por tener un currículum de conocimientos completo y actualizado a las nuevas realidades tecnológicas del mercado.



“

TECH se implica al 100% con sus alumnos para conseguir elevar su trayectoria profesional hacia los mejores puestos directivos”

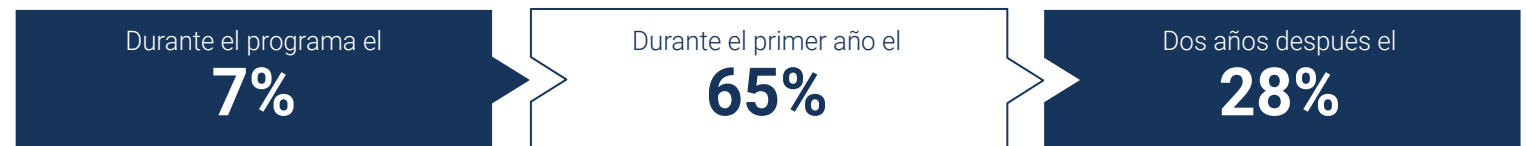
¿Está preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional le espera

El MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos de TECH es un programa intensivo que prepara al alumno para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la dirección tecnológica. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional, ayudándole a alcanzar el éxito en su carrera laboral.

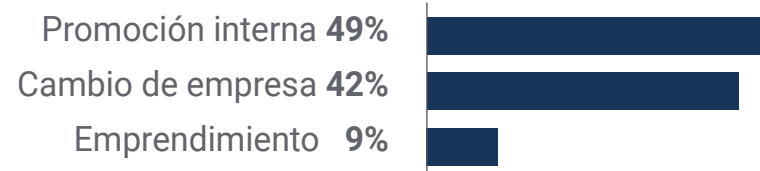
No dejes pasar la ocasión de perseguir tu objetivo profesional y comprobarás que puedes llegar a lo más alto junto a TECH.

Vas a mejorar tus expectativas salariales dirigiendo proyectos tecnológicos relevantes gracias a este MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **30,68%**



11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la instrucción de líderes de alto nivel, capaces de asumir el liderazgo de equipos de trabajo muy especializados. Participar en este Máster Título Propio supone, además, una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

En plena ebullición de la transformación digital de miles de empresas, este Máster Título Propio en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos te hará mucho más visible frente a otros candidatos que no tengan la misma proyección ni especialización para dirigir proyectos”

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 Máster Título Propio dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El Máster Título Propio en MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Universidad Privada Peruano Alemana.





“

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

El programa del **Máster Título Propio en MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por la Universidad Privada Peruano Alemana.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad Privada Peruano Alemana garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Máster Título Propio en MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



Máster Título Propio

MBA en Dirección Avanzada de Proyectos Tecnológicos

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Privada Peruano Alemana**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Máster Título Propio

MBA en Dirección Avanzada
de Proyectos Tecnológicos