

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Políticas Educativas

M B A D P E



## Máster Título Propio MBA en Dirección de Políticas Educativas

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-direccion-politicas-educativas](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-direccion-politicas-educativas)

# 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. 24*

07

Metodología de estudio

---

*pág. 44*

08

Perfil de nuestros alumnos

---

*pág. 54*

09

Dirección del curso

---

*pág. 58*

10

Impacto para tu carrera

---

*pág. 76*

11

Beneficios para tu empresa

---

*pág. 80*

12

Titulación

---

*pág. 84*

# 01 Bienvenida

El sector educativo está íntimamente ligado al desarrollo social. Su progreso y adaptación dependen en gran medida de los cambios en el entorno de la innovación metodológica, procedentes de la investigación educativa y de los avances tecnológicos que crean nuevas formas y modelos de trabajo. Pero, sobre todo, está determinado por las políticas educativas que organizan su funcionamiento en todos los niveles. Este programa permitirá adquirir la visión más amplia de la realidad educativa actual y de su aplicación local, incorporando el conocimiento específico de las áreas más interesantes del panorama, de manera que el profesional pueda actualizar sus herramientas personales y profesionales en este campo.



MBA en Dirección de Políticas Educativas  
TECH Universidad



“

*Un repaso a fondo del régimen jurídico  
y la legislación de actual aplicación en  
las organizaciones educativas”*

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



### Innovación

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

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



### Máxima exigencia

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

**95%**

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



### Networking

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

**+100.000**

directivos capacitados cada año

**+200**

nacionalidades distintas



### Empowerment

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

**+500**

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



### Talento

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

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



### Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



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



### Análisis

---

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



### Excelencia académica

---

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



### Economía de escala

---

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



### Aprende con los mejores

---

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

# ¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

### **Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno**

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

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

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

# 04

# Objetivos

Este Máster Título Propio es un recorrido de alta calidad a través de los contenidos más actuales en lo que concierne a las políticas educativas aplicables en estos momentos. Con un objetivo de aprendizaje inmersivo y transversal, permitirá al alumnado adquirir las competencias de un especialista en este campo de trabajo.



“

*Aprende a analizar y desarrollar las políticas que den respuesta a las necesidades del sector educativo con la capacidad de un experto”*

Los objetivos de los profesionales son los de TECH.

TECH trabaja conjuntamente con sus alumnos para ayudarlos a conseguir sus metas.

El MBA en Dirección de Políticas Educativas capacitará al estudiante para:

01

Conocer los distintos enfoques acerca de la naturaleza de la educación y su influencia en la sociedad

04

Identificar, desarrollar y comprender los conceptos clave de las teorías de la cultura para llegar a un mejor conocimiento de la persona como ser social y cultural

02

Analizar las consecuencias de la desigualdad educacional entre los grupos étnicos y el género en términos de bienestar social y económico



03

Conocer las teorías y fundamentos de la antropología social y cultural y de sus metodologías

05

Estudiar los modelos educativos de diferentes países y regiones



06

Conocer los fenómenos sociales y educativos que se desarrollan en diferentes países

08

Analizar el funcionamiento de determinadas sociedades y mejorar la calidad del sistema educativo actual



09

Estudiar el papel del sector público en la educación, la importancia de la educación y el capital humano en el crecimiento económico

07

Establecer una visión general del estado del sistema de educación mundial y contribuir en su mejora

10

Analizar los efectos de los distintos factores que determinan la calidad de la educación

11

Generar y saber aplicar las TIC

14

Analizar e incorporar de forma crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan a la educación familiar y escolar

12

Combinar las diferentes TIC en la escuela como herramienta educativa



13

Identificar y descubrir la importancia de la capacitación permanente del profesorado

15

Despertar el interés y sensibilidad hacia la realidad sociocultural

16

Aprender los documentos obligatorios de un centro educativo: PEC, PGA y RRI

18

Adquirir procedimientos para poder evaluar programas educativos y formativos

19

Elaborar, interpretar, valorar y difundir informes de evaluación de programas

17

Adquirir las herramientas necesarias para la organización del alumnado

20

Reflexionar sobre el papel de la calidad de la educación como tendencia educativa contemporánea a nivel internacional



# 05

# Competencias

El MBA en Dirección de Políticas Educativas ha sido diseñado pensando en los cambios que se están produciendo en el sistema educativo. Un sistema vivo que tiene que dar respuestas a los cambios sociales y los nuevos contextos familiares. Por eso, contar con estudios superiores en este campo será fundamental en los próximos años, ya que permitirá a los profesionales aportar esa capacitación extra que marcará la diferencia con el resto de los expertos del sector.



A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has three bars of increasing height. The text 'Profit Trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

*Con un análisis fundamentado de los cambios y evoluciones a los que la educación debe dar respuesta, este Máster Título Propio es una herramienta indispensable para el profesional directivo en este campo”*

01

Actuar con base en la legislación vigente en el terreno educativo

02

Conseguir la seguridad jurídica en las actuaciones e intervenciones en el ámbito docente, que emanan de la legislación aplicable

03

Impulsar la calidad de los centros educativos y las intervenciones docentes

04

Impulsar medidas integradoras de la diversidad

05

Analizar la evolución de los sistemas de enseñanza desde el punto de vista antropológico



06

Actuar en una base ajustada a la legislación y la normativa educativa actual

08

Realizar la gestión de calidad en instituciones educativas

09

Evaluar la calidad de los procesos de las diferentes áreas de las instituciones educativas

07

Poner en práctica políticas económicas en el sector educativo que optimicen los recursos

10

Desarrollar programas de igualdad y diversidad educativa ajustados a la legislación actual



06

# Estructura y contenido

Desarrollados por profesionales de demostrada competencia en este campo, los contenidos del Máster Título Propio se han creado con base en un criterio de alta calidad en cada uno de los momentos del aprendizaje. Para ello, se han seleccionado los temas más relevantes y completos, con las actualizaciones más novedosas y de mayor interés del momento. Por ello, cada vez son más los profesionales que desean especializarse en este ámbito, a través de programas de gran calidad como el que propone TECH, específico sobre Dirección de Políticas Educativas, que cuenta con la información más novedosa en este campo.





“

*Todos los aspectos que el profesional de la educación que interviene en el ámbito directivo necesita dominar, recopilados y estructurados en un programa de alta calidad”*

## Plan de estudios

El MBA en Dirección de Políticas Educativas de TECH Universidad es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la gestión ambiental. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

El alumno examinará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que le permitirá adquirir las habilidades necesarias para desarrollarse con éxito en su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para que los directivos entiendan la gestión ambiental desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

Se trata de un programa que se realiza en 12 meses y se distribuye en 15 módulos:

<b>Módulo 1</b>	Sociología de la educación
<b>Módulo 2</b>	Antropología social y cultural
<b>Módulo 3</b>	Política de la educación y educación comparada
<b>Módulo 4</b>	Economía de la educación
<b>Módulo 5</b>	Tecnologías de la información y la comunicación para la educación
<b>Módulo 6</b>	Exclusión social y políticas para la inclusión
<b>Módulo 7</b>	Legislación y régimen jurídico de las organizaciones educativas
<b>Módulo 8</b>	Evaluación de programas educativos
<b>Módulo 9</b>	Políticas de calidad en las organizaciones educativas
<b>Módulo 10</b>	Igualdad y diversidad en el aula
<b>Módulo 11</b>	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
<b>Módulo 12</b>	Dirección de Personas y Gestión del Talento
<b>Módulo 13</b>	Dirección Económico-Financiera
<b>Módulo 14</b>	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
<b>Módulo 15</b>	<i>Management Directivo</i>



### ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH le ofrece al alumno la posibilidad a sus alumnos de desarrollar este MBA en Dirección de Políticas Educativas de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la capacitación, 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. Sociología de la educación**

**1.1. Introducción a la sociología**

- 1.1.1. ¿Qué es sociología?
  - 1.1.1.1. Conceptos básicos
  - 1.1.1.2. Ámbito de la sociología
- 1.1.2. Comienzos de la sociología
  - 1.1.2.1. Auguste Comte
  - 1.1.2.2. Emile Durkheim
  - 1.1.2.3. Karl Marx
  - 1.1.2.4. Max Weber
- 1.1.3. Autores contemporáneos
  - 1.1.3.1. Michel Foucault
  - 1.1.3.2. Jürgen Habermas
  - 1.1.3.3. El papel del sociólogo en la sociedad

**1.2. Fundamentos de la sociología de la educación**

- 1.2.1. Objetivo de la sociología de la educación
- 1.2.2. Relación entre educación y sociología
- 1.2.3. Funciones sociales de la educación

**1.3. La educación como institución social**

- 1.3.1. Concepto de institución social
- 1.3.2. Funciones de la educación como institución social
- 1.3.3. Formación para la ciudadanía
- 1.3.4. Función transformadora de la educación

**1.4. Principales instituciones sociales**

- 1.4.1. La familia
- 1.4.2. La escuela
- 1.4.3. Sociedad
- 1.4.4. Relación entre familia, escuela y sociedad

**1.5. Teorías sobre la escolarización I**

- 1.5.1. Códigos lingüísticos de Bernstein
- 1.5.2. Colegios y capitalismo industrial. Bowles y Gintis
- 1.5.3. Iván Illich y el plan de estudios oculto
- 1.5.4. Reproducción cultural

**1.6. Teorías sobre la escolarización II**

- 1.6.1. Educación y desigualdad
- 1.6.2. James Coleman
- 1.6.3. Jeannie Oakes

**1.7. Género y etnias en sociología de la educación**

- 1.7.1. Introducción y conceptos
- 1.7.2. Género y sistema educativo
- 1.7.3. Revisión del modelo
- 1.7.4. Educación y etnicidad

**1.8. Atención a las diferencias**

- 1.8.1. Atención a la diversidad
- 1.8.2. Inclusión e integración escolar
- 1.8.3. Enseñanza individualizada
- 1.8.4. Procedimientos para la enseñanza individualizada

**1.9. Nuevos retos de la sociología de la educación**

- 1.9.1. Sociedad en continuo cambio
- 1.9.2. La globalización y educación
- 1.9.3. La educación y las nuevas tecnologías de la comunicación
- 1.9.4. Tecnologías de la educación

**1.10. Métodos de investigación sociológica**

- 1.10.1. Conceptos básicos
- 1.10.2. El proceso investigador
- 1.10.3. Métodos de investigación
- 1.10.4. La influencia de la sociología

**Módulo 2. Antropología Social y Cultural**

**2.1. Objeto y método de la antropología de la educación**

- 2.1.1. Definición de antropología
- 2.1.2. Adaptación, variación y cambio
- 2.1.3. Antropología general
- 2.1.4. Subdisciplinas de la antropología
- 2.1.5. Antropología aplicada

**2.2. El trabajo de campo**

- 2.2.1. Etnografía
- 2.2.2. Técnicas etnográficas
- 2.2.3. Diseño de la investigación
- 2.2.4. Códigos éticos
- 2.2.5. La encuesta

**2.3. Cultura**

- 2.3.1. Delimitación conceptual
  - 2.3.1.1. Cultura y naturaleza
  - 2.3.1.2. Niveles de cultura
- 2.3.2. Etnocentrismo, relativismo cultural y derechos humanos
- 2.3.3. Universalidad, generalidad y particularidad
- 2.3.4. Mecanismos de cambio cultural
- 2.3.5. Globalización

**2.4. Etnicidad**

- 2.4.1. Grupos étnicos y etnicidad
- 2.4.2. Grupos étnicos, naciones y nacionalidades
- 2.4.3. Coexistencia pacífica
- 2.4.4. Raíces del conflicto étnico

**2.5. Formas de vida**

- 2.5.1. Estrategias de adaptación
- 2.5.2. El forrajeo
- 2.5.3. El cultivo
- 2.5.4. El pastoreo
- 2.5.5. Modos de producción
- 2.5.6. Distribución e intercambio

**2.6. Familias, parentesco y filiación**

- 2.6.1. Familias
- 2.6.2. Filiación
- 2.6.3. Cálculo del parentesco
- 2.6.4. Terminología del parentesco

**2.7. El matrimonio**

- 2.7.1. Matrimonio entre personas del mismo sexo
- 2.7.2. Incesto y exogamia
- 2.7.3. Explicaciones del tabú de incesto
- 2.7.4. Endogamia
- 2.7.5. El matrimonio como alianza entre grupos
- 2.7.6. El divorcio
- 2.7.7. Matrimonios plurales

**2.8. Sistemas políticos**

- 2.8.1. Bandas y tribus
- 2.8.2. Jefaturas
- 2.8.3. Estados
- 2.8.4. El origen del Estado

**2.9. Género**

- 2.9.1. Definición de género
- 2.9.2. Género entre los forrajeros
- 2.9.3. Sexualidades y género
- 2.9.4. Género entre los agricultores
- 2.9.5. Patriarcado y violencia
- 2.9.6. La feminización de la pobreza

**2.10. Antropología aplicada**

- 2.10.1. Utilidad de la antropología
- 2.10.2. Antropología académica
- 2.10.3. Antropología y educación
- 2.10.4. Antropología urbana
- 2.10.5. Antropología médica

**Módulo 3. Política de la Educación y Educación Comparada**

**3.1. Educación y política de la educación**

- 3.1.1. Naturaleza y objeto de la Política de la Educación
- 3.1.2. Las ideologías y la educación
- 3.1.3. Los sistemas educativos y el problema de su reforma

**3.2. Fundamentos de la educación comparada**

- 3.2.1. Definición de educación comparada
- 3.2.2. Evolución de la educación comparada
- 3.2.3. Perspectivas actuales de la educación comparada
- 3.2.4. Fines y fuentes de la educación comparada

**3.3. Metodología de la investigación comparada**

- 3.3.1. Definición del diseño metodológico
- 3.3.2. Fases de una investigación en educación comparada
- 3.3.3. Diseño de la investigación
- 3.3.4. Desarrollo de la investigación

**3.4. Fuentes y recursos de la educación comparada**

- 3.4.1. Organización de la información en educación
- 3.4.2. Recursos y herramientas útiles para la educación comparada
- 3.4.3. Ejemplo de diseños de estudios comparativos

**3.5. Sistemas educativos en Europa**

- 3.5.1. Modelos de regulación
- 3.5.2. El Modelo escolar francés
- 3.5.3. El sistema educativo en Inglaterra
- 3.5.4. La reforma educativa en España

**3.6. Política educativa supranacional**

- 3.6.1. Definición y objeto de estudio
- 3.6.2. Políticas educativas supranacionales contemporáneas
- 3.6.3. Tipos y enfoques de Políticas supranacionales

**3.7. Los organismos internacionales y la educación**

- 3.7.1. Relevancia de los organismos internacionales en educación
- 3.7.2. Organismos de Naciones Unidas
- 3.7.3. El Banco Mundial

**3.8. La política educativa de la Unión Europea**

- 3.8.1. Etapas de la política educativa europea
- 3.8.2. Fines de la política educativa europea
- 3.8.3. El futuro de la política educativa comunitaria

**3.9. Panorámica Internacional de la educación**

- 3.9.1. Contexto de la educación mundial
- 3.9.2. Siglo XXI y la educación
- 3.9.3. Educación, desarrollo sostenible y paz

**3.10. Enlaces entre investigación comparada y políticas educativas**

- 3.10.1. Contexto actual entre investigación comparada y políticas educativas
- 3.10.2. Fases entre ambas disciplinas
- 3.10.3. Metodología para el estudio comparado de políticas educativas

**Módulo 4. Economía de la Educación**

**4.1. Introducción a la economía**

- 4.1.1. Concepto de economía
- 4.1.2. Elementos que definen la economía
- 4.1.3. Funcionamiento de la economía
- 4.1.4. Sistemas económicos

**4.2. Economía de la educación**

- 4.2.1. Educación y economía
- 4.2.2. Historia de la economía de la educación
- 4.2.3. Aspectos económicos de la educación

**4.3. Fuentes y modelos de financiación de la educación**

- 4.3.1. Los mecanismos financieros en educación
- 4.3.2. La financiación de la enseñanza obligatoria
- 4.3.3. La financiación de la enseñanza postobligatoria
- 4.3.4. Modelos de financiación

**4.4. Bienes públicos y externalidades de la actividad educativa**

- 4.4.1. Las externalidades en educación
- 4.4.2. Formas de intervención pública en educación
- 4.4.3. Los beneficios de la educación
- 4.4.4. ¿Educación como bien público o privado?
- 4.4.5. Motivos que justifican la intervención pública en educación

**4.5. Desarrollo económico y educación**

- 4.5.1. Educación y producción
- 4.5.2. Educación y convergencia económica
- 4.5.3. Problemas en la definición y estimación económica
- 4.5.4. Contribución de la educación al crecimiento económico

**4.6. Análisis de los determinantes del bienestar económico**

- 4.6.1. Antecedentes teóricos
- 4.6.2. Análisis descriptivo del desarrollo económico y social mundial
- 4.6.3. Desarrollo humano y sus condicionantes

**4.7. Producción y rendimiento educativos**

- 4.7.1. Contextualización de la producción educativa
- 4.7.2. Función de producción educativa
- 4.7.3. Insumos en el proceso de producción
- 4.7.4. Modelos de medición de la producción y rendimiento educativos
- 4.7.5. Diseño e interpretación de datos en producción educativa
- 4.7.6. Valor económico educativo

**4.8. Mercado laboral y educación**

- 4.8.1. Conceptos básicos
- 4.8.2. El funcionalismo tecnológico y la teoría del capital humano
- 4.8.3. El credencialismo y la teoría de la correspondencia
- 4.8.4. Teoría del filtro
- 4.8.5. Economía globalizada y empleo

**4.9. Mercado laboral y profesorado**

- 4.9.1. Mercado laboral en el siglo XXI
- 4.9.2. Diferencias entre el mercado laboral y el mercado laboral educativo
- 4.9.3. El profesional docente

**4.10. Inversión y gasto en educación**

- 4.10.1. Sistemas educativos de la OCDE
- 4.10.2. El gasto en educación
- 4.10.3. La educación como inversión
- 4.10.4. Justificación de la intervención pública

Módulo 5. Tecnologías de la Información y la Comunicación para la Educación

**5.1. TIC, alfabetización y competencias digitales**

- 5.1.1. Introducción y objetivos
- 5.1.2. La escuela en la sociedad del conocimiento
- 5.1.3. Las TIC en el proceso de enseñanza y aprendizaje
- 5.1.4. Alfabetización digital y competencias
- 5.1.5. El rol del docente en el aula
- 5.1.6. Las competencias digitales del docente
- 5.1.7. Referencias bibliográficas
- 5.1.8. *Hardware* en el aula: PDI, tabletas y smartphones
- 5.1.9. Internet como recurso educativo: web 2.0 y *m-learning*
- 5.1.10. El docente como parte de la web 2.0: cómo construir su identidad digital
- 5.1.11. Pautas para la creación de perfiles docentes
- 5.1.12. Creación de un perfil docente en Twitter
- 5.1.13. Referencias bibliográficas

**5.2. Creación de contenido pedagógico con TIC y sus posibilidades en el aula**

- 5.2.1. Introducción y objetivos
- 5.2.2. Condicionantes del aprendizaje participativo
- 5.2.3. El rol del alumno en el aula con TIC: *prosumer*
- 5.2.4. Creación de contenido en la web 2.0: herramientas digitales
- 5.2.5. El blog como recurso pedagógico de aula
- 5.2.6. Pautas para la creación de un blog educativo
- 5.2.7. Elementos del blog para que sea un recurso pedagógico
- 5.2.8. Referencias bibliográficas

**5.3. Entornos personales de aprendizaje para el docente**

- 5.3.1. Introducción y objetivos
- 5.3.2. La formación del docente para la integración de las TIC
- 5.3.3. Las comunidades de aprendizaje
- 5.3.4. Definición de entornos personales de aprendizaje
- 5.3.5. Uso educativo del PLE y del PNL
- 5.3.6. Diseño y creación de nuestro PLE de aula
- 5.3.7. Referencias bibliográficas

**5.4. Aprendizaje colaborativo y curación de contenidos**

- 5.4.1. Introducción y objetivos
- 5.4.2. Aprendizaje colaborativo para la introducción eficiente de las TIC en el aula
- 5.4.3. Herramientas digitales para el trabajo colaborativo
- 5.4.4. Curación de contenido
- 5.4.5. La curación de contenido como práctica didáctica en el fomento de competencias digitales del alumnado
- 5.4.6. El profesor curador de contenidos. Scoop.it
- 5.4.7. Referencias bibliográficas

**5.5. Uso pedagógico de las redes sociales. Seguridad en el uso de las TIC en el aula**

- 5.5.1. Introducción y objetivos
- 5.5.2. Principio del aprendizaje conectado
- 5.5.3. Las redes sociales: herramientas para la creación de comunidades de aprendizaje
- 5.5.4. La comunicación en redes sociales: manejo de los nuevos códigos comunicativos
- 5.5.5. Tipos de redes sociales
- 5.5.6. ¿Cómo usar RRSS en el aula: creación de contenido?
- 5.5.7. Desarrollo de competencias digitales de alumnos y docentes con la integración de las RRSS en el aula
- 5.5.8. Introducción y objetivos de la seguridad en el uso de las TIC en el aula
- 5.5.9. Identidad digital
- 5.5.10. Riesgos de los menores en Internet
- 5.5.11. Educación en valores con las TIC: metodología de aprendizaje-servicio (ApS) con recursos TIC
- 5.5.12. Plataformas de fomento de la seguridad en Internet
- 5.5.13. La seguridad en internet como parte de la educación: centros, familias, alumnos y docentes
- 5.5.14. Referencias bibliográficas

**5.6. Creación de contenido audiovisual con herramientas TIC. El ABP y TIC**

- 5.6.1. Introducción y objetivos
- 5.6.2. Taxonomía de Bloom y TIC
- 5.6.3. El podcast educativo como elemento didáctico
- 5.6.4. Creación de audio
- 5.6.5. La imagen como elemento didáctico
- 5.6.6. Herramientas TIC con uso educativo de imágenes
- 5.6.7. La edición de imágenes con TIC: herramientas para su edición
- 5.6.8. ¿Qué es el ABP?
- 5.6.9. Proceso de trabajo con ABP y TIC
- 5.6.10. Diseñar ABP con TIC
- 5.6.11. Posibilidades educativas en la web 3.0
- 5.6.12. *Youtubers e instagramers*: aprendizaje informal en medios digitales
- 5.6.13. El videotutorial como recurso pedagógico en el aula
- 5.6.14. Plataformas de difusión de los materiales audiovisuales
- 5.6.15. Pautas para la creación de un vídeo educativo
- 5.6.16. Referencias bibliográficas

**5.7. Normativa y legislación aplicable a las TIC**

- 5.7.1. Introducción y objetivos
- 5.7.2. Leyes orgánicas de protección de datos
- 5.7.3. Guía de recomendaciones para la privacidad de los menores en internet
- 5.7.4. Los derechos de autor: copyright y Creative Commons
- 5.7.5. Uso de material con derechos de autor
- 5.7.6. Referencias bibliográficas

**5.8. Gamificación: motivación y TIC en el aula**

- 5.8.1. Introducción y objetivos
- 5.8.2. La gamificación entra en las aulas a través de entornos virtuales de aprendizaje
- 5.8.3. Aprendizaje basado en juegos (GBL)
- 5.8.4. La realidad aumentada (RA) en el aula
- 5.8.5. Tipos de realidad aumentada y experiencias en el aula
- 5.8.6. Códigos QR en el aula: generación de códigos y aplicación educativa
- 5.8.7. Experiencias de aula
- 5.8.8. Referencias bibliográficas



**5.9. La competencia mediática en el aula con TIC**

- 5.9.1. Introducción y objetivos
- 5.9.2. Fomento de la competencia mediática del profesorado
- 5.9.3. Dominio de la comunicación para una enseñanza motivadora
- 5.9.4. La comunicación de contenido pedagógico con TIC
- 5.9.5. Importancia de la imagen como recurso pedagógico
- 5.9.6. Las presentaciones digitales como recurso didáctico en el aula
- 5.9.7. Trabajar en el aula con imágenes
- 5.9.8. Compartir imágenes en la web 2.0
- 5.9.9. Referencias bibliográficas

**5.10. Evaluación para el aprendizaje a través de las TIC**

- 5.10.1. Introducción y objetivos Evaluación para el aprendizaje a través de las TIC
- 5.10.2. Herramientas de evaluación: portafolio digital y rúbricas
- 5.10.3. Construcción de un E-portfolio con Google Sites
- 5.10.4. Generar rúbricas de evaluación
- 5.10.5. Diseñar evaluaciones y autoevaluaciones con Google Forms
- 5.10.6. Referencias bibliográficas

**Módulo 6. Exclusión Social y Políticas para la Inclusión**

**6.1. Conceptos básicos en torno a la igualdad y a la diversidad**

- 6.1.1. Diversidad e Igualdad de oportunidades
- 6.1.2. Cohesión social, exclusión, desigualdad y educación
- 6.1.3. Los procesos de exclusión en el ámbito de la educación formal y no formal: aspectos diferenciales e imágenes de la diversidad

**6.2. Naturaleza y origen de las principales causas de exclusión social y desigualdades en las sociedades modernas y contemporáneas**

- 6.2.1. Contexto actual de la exclusión social
- 6.2.2. Nueva realidad sociodemográfica
- 6.2.3. Nueva realidad laboral
- 6.2.4. Crisis del Estado de Bienestar
- 6.2.5. Nuevas formas relacionales y nuevos vínculos sociales

**6.3. Exclusión en la escuela**

- 6.3.1. Preámbulo epistemológico
- 6.3.2. Referentes sociológicos
- 6.3.3. Contexto social generador de desigualdades
- 6.3.4. Exclusión e integración social
- 6.3.5. Escolarización y exclusión educativa
- 6.3.6. Meritocracia y democratización de la enseñanza secundaria
- 6.3.7. Discurso neoliberal y los efectos del poder

**6.4. Principales factores del fracaso escolar**

- 6.4.1. Definición de fracaso escolar
- 6.4.2. Causas del fracaso escolar
- 6.4.3. Dificultades asociadas al fracaso
- 6.4.4. Métodos de diagnóstico del fracaso escolar

**6.5. Escuela inclusiva e interculturalidad**

- 6.5.1. Sociedad pluricultural y educación intercultural
- 6.5.2. Educación inclusiva como respuesta
- 6.5.3. Convivencia democrática en las aulas
- 6.5.4. Propuestas metodológicas para una educación inclusiva

**6.6. Aproximaciones prácticas en la atención a la diversidad**

- 6.6.1. Educación inclusiva en España
- 6.6.2. Educación inclusiva en Francia
- 6.6.3. Educación inclusiva en América Latina

**6.7. La exclusión digital en la sociedad del conocimiento**

- 6.7.1. Las TIC y la brecha digital
- 6.7.2. Las posibilidades de las TIC para la inserción laboral
- 6.7.3. Cómo mejorar la contribución de las TIC a la inclusión social

**6.8. La inclusión de las TIC en la escuela diversa**

- 6.8.1. Las TIC como recurso inclusivo
- 6.8.2. Formación del profesorado, TIC y atención a la diversidad
- 6.8.3. Adaptación de las TIC a las necesidades del alumnado

**6.9. Exclusión social e innovación pedagógica**

- 6.9.1. La inclusión, nuevo paradigma
- 6.9.2. La desnaturalización del fracaso escolar
- 6.9.3. La defensa de la diversidad
- 6.9.4. El cuestionamiento a la homogeneidad
- 6.9.5. La resignificación del rol del docente

**6.10. Necesidades y prácticas en políticas sociales para la inclusión**

- 6.10.1. Políticas de inclusión como garantía de la afirmación de derechos
- 6.10.2. Anticiparse a los problemas sociales
- 6.10.3. Participación social
- 6.10.4. Articulación multinivel

## Módulo 7. Legislación y Régimen Jurídico de las Organizaciones Educativas

### 7.1. La organización escolar

- 7.1.1. La complejidad de la organización escolar
- 7.1.2. La organización escolar y sus elementos
- 7.1.3. La organización escolar y la legislación educativa

### 7.2. La política y la administración educativa en España

- 7.2.1. La política educativa en España
- 7.2.2. La administración educativa en España: sus niveles y su reparto competencial
- 7.2.3. Los órganos de coordinación administrativa del sistema educativo español

### 7.3. La legislación educativa y los niveles de concreción curricular

- 7.3.1. La legislación educativa en España y la pirámide normativa
- 7.3.2. La legislación educativa en España y los distintos tipos de normas jurídicas
- 7.3.3. Los niveles de concreción curricular en el sistema educativo español

### 7.4. Antecedentes legislativos recientes

- 7.4.1. La Ley General de Educación y el periodo de Transición Democrática
- 7.4.2. La Ley Orgánica Reguladora del Derecho a la Educación (LODE)
- 7.4.3. La Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE)
- 7.4.4. La Ley Orgánica de la Participación, la Evaluación y el Gobierno de los Centros Docentes (LOPEG)
- 7.4.5. La Ley Orgánica de Calidad de la Educación (LOCE)
- 7.4.6. La Ley Orgánica de Educación (LOE)
- 7.4.7. La Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE)

### 7.5. La educación en el marco de la Unión Europea

- 7.5.1. Concepciones generales sobre la Unión Europea y la Educación
- 7.5.2. El Espacio Europeo de Educación Superior y sus elementos
- 7.5.3. Otros sistemas educativos de la Unión Europea

### 7.6. La configuración del Sistema Educativo Español

- 7.6.1. El organigrama del Sistema Educativo actual: la LOE, la LOMCE y la LOMLOE
- 7.6.2. Los elementos esenciales del Sistema Educativo en España
- 7.6.3. Las características básicas de la Educación Infantil y de la Educación Primaria

### 7.7. Derechos y libertades del ámbito educativo

- 7.7.1. Los derechos y libertades del ámbito en la Constitución Española
- 7.7.2. El derecho a la educación
- 7.7.3. La libertad de enseñanza

### 7.8. Estructura y organización de los centros educativos: el PEC, la PGA y el RRI

- 7.8.1. La estructura de los centros escolares
- 7.8.2. La organización de los centros escolares
- 7.8.3. Documentos pedagógico-normativos: el PEC, la PGA y el RRI

### 7.9. Aspectos fundamentales de los centros escolares

- 7.9.1. El calendario y el horario escolar
- 7.9.2. El edificio escolar y sus aulas

### 7.10. Otras ideas esenciales acerca de la organización en los centros escolares

- 7.10.1. La organización del alumnado
- 7.10.2. La promoción escolar
- 7.10.3. La atención a la diversidad
- 7.10.4. La tutoría
- 7.10.5. La evaluación de los centros escolares
- 7.10.6. El entorno educativo

**Módulo 8. Evaluación de Programas Educativos**

<p><b>8.1. Concepto y componentes del programa. La evaluación pedagógica</b></p> <p>8.1.1. La evaluación 8.1.2. La evaluación y la educación 8.1.3. Componentes de la evaluación educativa</p>	<p><b>8.2. Modelos y metodologías para la evaluación</b></p> <p>8.2.1. Normas para la evaluación educativa 8.2.2. Modelos de evaluación educativa 8.2.3. Evaluación como proceso</p>	<p><b>8.3. Estándares para la investigación evaluativa</b></p> <p>8.3.1. Concepto general sobre estándares 8.3.2. Organización y contenido de los estándares 8.3.3. Reflexiones acerca de los estándares</p>	<p><b>8.4. Principio de complementariedad. Métodos y Técnicas</b></p> <p>8.4.1. Definición de Principio de complementariedad 8.4.2. Metodología para aplicar el principio de complementariedad 8.4.3. Técnicas de complementariedad</p>
<p><b>8.5. Técnicas e instrumentos de evaluación educativa</b></p> <p>8.5.1. Estrategias de evaluación educativa 8.5.2. Técnicas e instrumentos de evaluación educativa 8.5.3. Ejemplos de técnicas de evaluación educativa</p>	<p><b>8.6. Datos disponibles, estadísticas, archivos, indicadores. Análisis de contenido</b></p> <p>8.6.1. Conceptualización del Análisis de contenido 8.6.2. Primeras propuestas metodológica en el análisis de contenido 8.6.3. Componentes del análisis de datos 8.6.4. Técnicas de análisis de datos</p>	<p><b>8.7. Encuestas, cuestionarios, entrevistas, observación, autoinformes, tests y escalas</b></p> <p>8.7.1. Concepto de instrumento de evaluación educativa 8.7.2. Criterios de selección de los instrumentos de evaluación 8.7.3. Tipos de técnicas e instrumentos de evaluación</p>	<p><b>8.8. Necesidades, carencias y demandas. Evaluación inicial y diseño de programas</b></p> <p>8.8.1. Evaluación inicial. Introducción 8.8.2. Análisis de necesidades 8.8.3. Diseño del programa</p>
<p><b>8.9. Desarrollo del programa. Evaluación formativa del programa</b></p> <p>8.9.1. Introducción 8.9.2. Evaluación formativa. Desarrollo 8.9.3. Conclusiones</p>	<p><b>8.10. Conclusión del programa. Evaluación final, sumativa</b></p> <p>8.10.1. Introducción 8.10.2. Evaluación final, sumativa 8.10.3. Conclusiones</p>		

**Módulo 9. Políticas de Calidad en las Organizaciones Educativas**

**9.1. La calidad de la educación: discursos, políticas y prácticas**

- 9.1.1. Introducción: calidad y educación
- 9.1.2. Calidad educativa y neoliberalismo
- 9.1.3. Discursos en política educativa
- 9.1.4. Derecho a la educación de calidad

**9.2. Debates sobre la calidad de la educación**

- 9.2.1. Introducción
- 9.2.2. Calidad y escuela pública
- 9.2.3. Disputa sobre calidad educativa
- 9.2.4. Conclusiones

**9.3. Discursos políticos contemporáneos en torno a la calidad de la educación a nivel internacional**

- 9.3.1. Introducción
- 9.3.2. Cambios discursivos en educación
- 9.3.3. Calidad y desarrollo económico
- 9.3.4. Concepto de desarrollo humano
- 9.3.5. Discursos internacionales en torno a la calidad educativa

**9.4. Políticas, planes y programas para la mejora de la calidad educativa**

- 9.4.1. Concepto y antecedentes del movimiento de mejora de la calidad escolar
- 9.4.2. Evolución histórica de calidad escolar
- 9.4.3. Aportes de las políticas de mejora de la calidad escolar
- 9.4.4. Etapas del proceso de mejora de la calidad escolar

**9.5. Calidad y sistemas de evaluación de la educación**

- 9.5.1. Introducción: calidad y evaluación
  - 9.5.1.1. Funciones de la evaluación de la calidad
  - 9.5.1.2. Objetos de la evaluación de la calidad
  - 9.5.1.3. Características de la evaluación de la calidad
  - 9.5.1.4. Uso inadecuado de la evaluación de la calidad
- 9.5.2. Los indicadores de calidad
- 9.5.3. Evaluaciones en los centros educativos
- 9.5.4. Conclusiones

**9.6. Perspectivas de la evaluación de la calidad educativa**

- 9.6.1. Evaluación como agente de mejora
- 9.6.2. Enfoque de evaluación global, integral
- 9.6.3. Posibles riesgos de la evaluación
- 9.6.4. Conclusiones

**9.7. Prácticas contemporáneas de mejora de calidad educativa**

- 9.7.1. Políticas de calidad educativa en España
- 9.7.2. Políticas de calidad educativa en Iberoamérica
- 9.7.3. Políticas de calidad educativa en Francia

**9.8. Enfoque de género y calidad de la educación**

- 9.8.1. Género y calidad educativa
- 9.8.2. Género como elemento de calidad
- 9.8.3. Conclusiones

**9.9. Enfoque ciudadano y calidad educativa**

- 9.9.1. Participación ciudadana y mejora de la calidad educativa
- 9.9.2. Democracia y calidad
- 9.9.3. Conclusiones

**9.10. Universidad y calidad educativa**

- 9.10.1. Calidad universitaria: concepto y dimensiones
- 9.10.2. La universidad de masas
- 9.10.3. Actores educativos en torno a la calidad
- 9.10.4. Investigación, calidad y universidad
- 9.10.5. Conclusiones

**Módulo 10. Igualdad y Diversidad en el Aula**

**10.1. Conceptos básicos en torno a la igualdad y a la diversidad**

- 10.1.1. Igualdad, diversidad, diferencia, justicia y equidad
- 10.1.2. La diversidad como algo positivo y consustancial a la vida
- 10.1.3. Relativismo y etnocentrismo
- 10.1.4. La dignidad humana y los derechos humanos
- 10.1.5. Perspectivas teóricas sobre la diversidad en el aula
- 10.1.6. Referencias bibliográficas

**10.2. Evolución de la educación especial a la educación inclusiva en educación infantil**

- 10.2.1. Conceptos clave de la educación especial a la educación inclusiva
- 10.2.2. Condiciones de la escuela inclusiva
- 10.2.3. Fomentar la educación inclusiva en la Educación Infantil

**10.3. Características y necesidades en la primera infancia**

- 10.3.1. Adquisición de las habilidades motrices
- 10.3.2. Adquisición del desarrollo psicológico
- 10.3.3. Desarrollo de la subjetivación

**10.4. Exclusión en la escuela**

- 10.4.1. El currículum oculto
- 10.4.2. La intolerancia y la xenofobia
- 10.4.3. ¿Cómo detectar el acoso en el aula?
- 10.4.4. Referencias bibliográficas

**10.5. Principales factores del fracaso escolar**

- 10.5.1. Estereotipos y prejuicios
- 10.5.2. Las profecías autocumplidas, el efecto Pigmalión
- 10.5.3. Otros factores influyentes en el fracaso escolar
- 10.5.4. Referencias bibliográficas

**10.6. Escuela inclusiva e intercultural**

- 10.6.1. La escuela como entidad abierta
- 10.6.2. El diálogo
- 10.6.3. La educación intercultural y la atención a la diversidad
- 10.6.4. ¿Qué es la escuela intercultural?
- 10.6.5. Problemas en el ámbito escolar
- 10.6.6. Actuaciones
- 10.6.7. Propuestas sobre interculturalidad para trabajar en el aula
- 10.6.8. Referencias bibliográficas

**10.7. La exclusión digital en la sociedad del conocimiento**

- 10.7.1. Transformaciones en la sociedad de la información y del conocimiento
- 10.7.2. El acceso a la información
- 10.7.3. Web 2.0: de consumidores a creadores
- 10.7.4. Riesgos que tiene el uso de las TIC
- 10.7.5. La brecha digital: un nuevo tipo de exclusión
- 10.7.6. La educación ante la exclusión digital
- 10.7.7. Referencias bibliográficas

**10.8. La inclusión de las TIC en la escuela diversa**

- 10.8.1. Inclusión escolar e inclusión digital
- 10.8.2. Inclusión digital en la escuela, ventajas y requisitos
- 10.8.3. Cambios en la concepción del proceso educativo
- 10.8.4. Transformaciones de los roles del profesorado y el alumnado
- 10.8.5. Las TIC como elemento de atención a la diversidad
- 10.8.6. El uso de las TIC para el alumnado con necesidades de apoyo educativo
- 10.8.7. Referencias bibliográficas

**10.9. Las metodologías activas para el aprendizaje con TIC**

- 10.9.1. Introducción y objetivos
- 10.9.2. Las TIC y el nuevo paradigma educativo: personalización del aprendizaje
- 10.9.3. Las metodologías activas para un aprendizaje con TIC efectivo
- 10.9.4. Aprender investigando
- 10.9.5. Aprendizaje colaborativo y cooperativo
- 10.9.6. Aprendizaje basado en problemas y proyectos
- 10.9.7. *Flipped classroom*
- 10.9.8. Estrategias para elegir las TIC idóneas a cada metodología: inteligencias múltiples y paisajes de aprendizaje
- 10.9.9. Referencias bibliográficas

**10.10. Aprendizaje colaborativo y *Flipped classroom***

- 10.10.1. Introducción y objetivos
- 10.10.2. Definición de aprendizaje colaborativo
- 10.10.3. Diferencias con el aprendizaje cooperativo
- 10.10.4. Herramientas para el aprendizaje cooperativo y colaborativo: Padlet
- 10.10.5. Definición de *Flipped Classroom*
- 10.10.6. Acciones didácticas para programar *flipped*
- 10.10.7. Herramientas digitales para crear tu clase invertida
- 10.10.8. Experiencias de aula invertida
- 10.10.9. Referencias bibliográficas

**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. Multinationales 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 humano

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

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

**15.3. Dirección de operaciones**

- 15.3.1. Importancia de la dirección
- 15.3.2. La cadena de valor
- 15.3.3. Gestión de calidad

**15.4. Oratoria y formación de portavoces**

- 15.4.1. Comunicación interpersonal
- 15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 15.4.3. Barreras en la comunicación

**15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional**

- 15.5.1. La comunicación interpersonal
- 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 15.5.3. La comunicación en la organización
- 15.5.4. Herramientas en la organización

**15.6. Comunicación en situaciones de crisis**

- 15.6.1. Crisis
- 15.6.2. Fases de la crisis
- 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

**15.7. Preparación de un plan de crisis**

- 15.7.1. Análisis de posibles problemas
- 15.7.2. Planificación
- 15.7.3. Adecuación del personal

**15.8. Inteligencia emocional**

- 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional

**15.9. Branding Personal**

- 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca
- 15.9.2. Leyes del branding personal
- 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

**15.10. Liderazgo y gestión de equipos**

- 15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 15.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 15.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 15.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales



07

# Metodología de estudio

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

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



“

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

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



## Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

## Case studies o Método del caso

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

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

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





## Método Relearning

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

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

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

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



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



#### Material de estudio

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

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



#### Prácticas de habilidades y competencias

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



#### Resúmenes interactivos

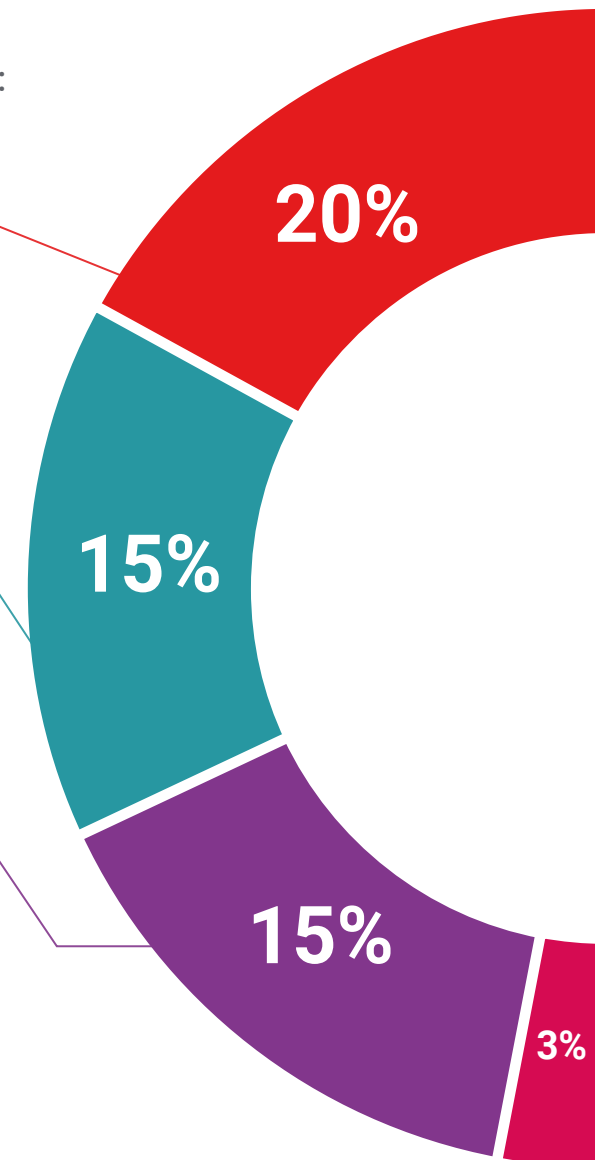
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

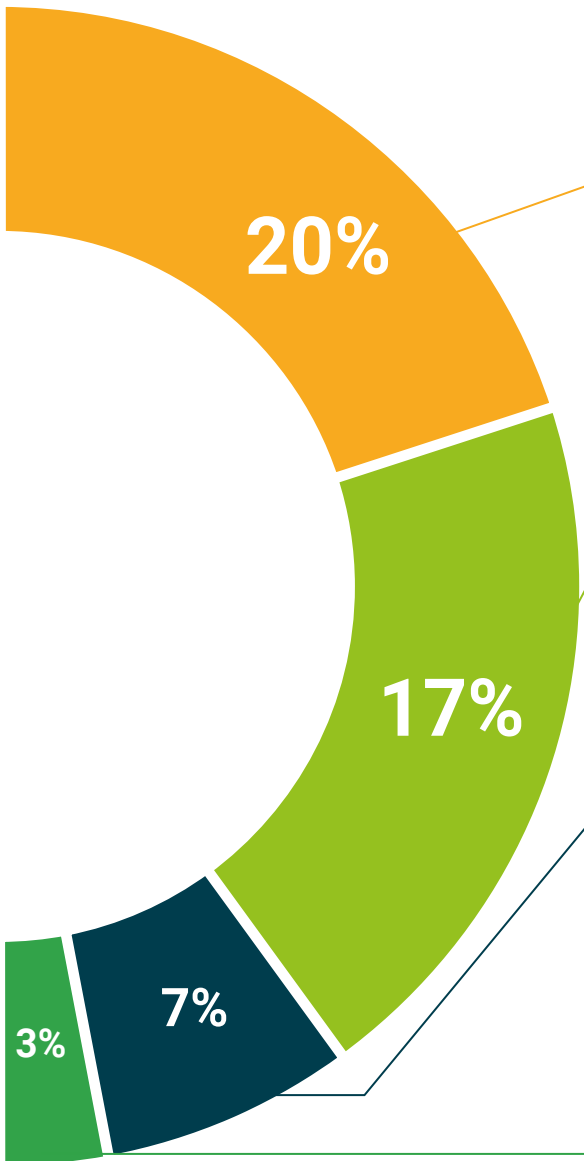
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

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





**Case Studies**

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



**Testing & Retesting**

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



**Clases magistrales**

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



**Guías rápidas de actuación**

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



08

# Perfil de nuestros alumnos

Los alumnos del MBA en Dirección de Políticas Educativas son profesionales que buscan una mejora profesional, pero que, además, están comprometidos con la mejora también del sector educativo, que tienen ideas e impulso que quieren transformar en acción. De esta manera, se trata de alumnos que entienden la importancia de continuar con sus estudios durante toda su faceta laboral, con el principal objetivo de poder seguir en primera línea profesional, adaptándose sin problemas a los cambios de la sociedad y del sector.





“

*Convierte tu aspiración en realidad con este Máster Título Propio de alta intensidad que impulsará tu desarrollo”*

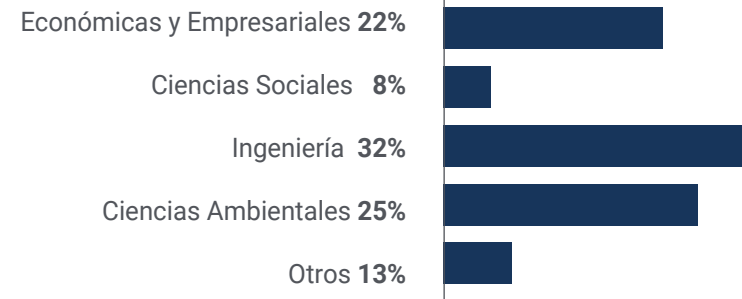
## Edad media

Entre **35** y **45** años

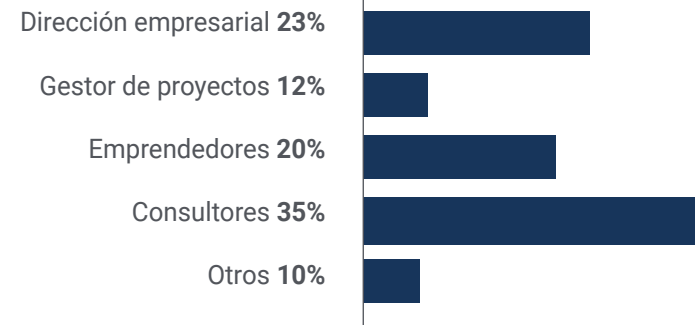
## Años de experiencia



## Formación



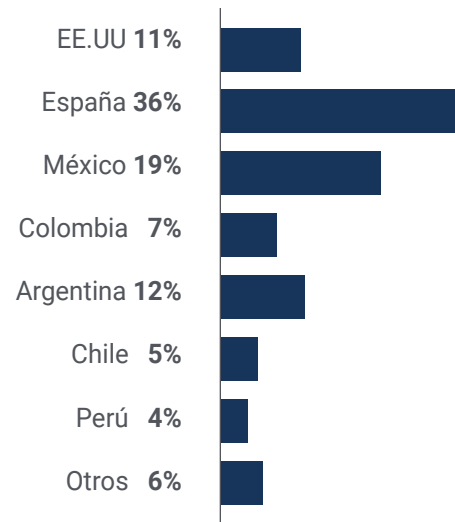
## Perfil académico





## Distribución geográfica

---



## Pablo Oswaldo López

Especialista en Educación Secundaria

*"Siempre me ha parecido que hay mucho que impulsar y mejorar en el sector educativo. Este Máster Título Propio me parece la manera más eficiente de acercarme a un campo de trabajo en el tengo mucho que aportar desde la dirección de políticas educativas"*

09

# Dirección del curso

Los docentes de este MBA en Dirección de Políticas Educativas son profesionales con amplia experiencia y prestigio en el sector, que se han unido en este programa con el principal objetivo de ofrecer a los alumnos la mejor cualificación del momento. De esta manera, los estudiantes obtendrán de este equipo de expertos no solo todo su conocimiento, sino también el apoyo necesario para entender los conceptos más actualizados en este campo.





“

*Docentes de primer nivel se han unido en este programa para mejorar tu cualificación en Dirección de Políticas Educativas”*

## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



## Dña. Dove, Jennifer

---

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



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

## Director Invitado Internacional

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

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

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



## D. Gauthier, Rick

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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





## D. Arman, Romi

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



## D. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Gram, Mick

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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





## D. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



## Dña. Thole-Muir, Wendy

---

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

“

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

# 10

## Impacto para tu carrera

Los profesionales de los negocios de la era actual deben diversificar sus estudios a ramas que vayan más allá de la simple gestión empresarial. La sociedad está cambiando y, por eso, también debe hacerlo el conocimiento de dichos especialistas. La realización de este MBA en Dirección de Políticas Educativas supondrá un plus de calidad a la cualificación de los alumnos, al ofrecer todo ese conocimiento que, aunque parezca totalmente alejado de su labor diaria, puede ser de gran utilidad para dirigir las empresas hacia un modelo de negocio más sostenible y que favorezca la durabilidad de los recursos naturales.



“

*Los sistemas de estudio y aprendizaje más interesantes del momento, aplicados a un proceso de crecimiento profesional del máximo interés”*

## ¿Están los profesionales preparados para dar el salto? Una excelente mejora profesional los espera

El MBA en Dirección de Políticas Educativas de TECH Universidad es un programa intensivo y de gran valor dirigido a mejorar las habilidades laborales de los alumnos en un área de amplia competencia. Sin duda, es una oportunidad única para mejorar a nivel profesional, pero también personal, ya que implica esfuerzo y dedicación.

Los alumnos que deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán en TECH su sitio.

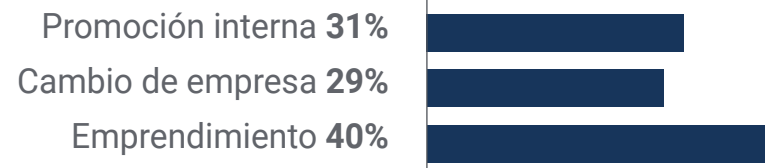
*Da un giro radical a tu carrera gracias a la especialización que te ofrece este programa.*

*Un programa de gran valor académico para mejorar tu capacitación en políticas medioambientales.*

### Momento del cambio



### Tipo de cambio



## Mejora salarial

---

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



11

# Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección de Políticas Educativas de TECH es un programa de gran calidad destinado a mejorar la competitividad de los profesionales de los negocios para que den un impulso al sistema educativo en general y a los centros educativos en particular, de manera que se consiga la máxima calidad. Esta calidad se traducirá en una mejor atención, una mayor adaptación a la realidad social y un sistema educativo propio de una sociedad inclusiva, abierta y moderna.







“

*Un sistema educativo capaz  
de dar respuestas ajustadas a  
las necesidades de la sociedad  
actual en todos sus aspectos”*

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 directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### **Construcción de agentes de cambio**

El profesional 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 podrá trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o de desarrollo de negocio de su compañía.

---

06

### **Aumento de la competitividad**

Este programa dotará a los alumnos de las competencias necesarias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.



12

# Titulación

El MBA en Dirección de Políticas Educativas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad.



“

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





## Máster Título Propio MBA en Dirección de Políticas Educativas

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Políticas Educativas

