# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Empresas Creativas

MBADEC

tech universidad tecnológica

tech universidad tecnológica

# Máster Título Propio
## MBA en Dirección de Empresas Creativas

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**
- Dirigido a: **Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de la dirección de empresas, el marketing, la comunicación o el diseño**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-empresas-creativas**

# Índice


01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 26

07 Metodología — pág. 40

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 48

09 Dirección del curso — pág. 52

10 Impacto para tu carrera — pág. 76

11 Beneficios para tu empresa — pág. 80

12 Titulación — pág. 84

01

# Bienvenida

Aunque la disciplina de gestión de industrias creativas apenas está comenzando a ver la luz, cada vez son más las empresas que se apegan a su metodología para fomentar el éxito en sus procesos. En su desarrollo se requiere de profesionales altamente informados que sean capaces de transformar el valor de la creatividad en un activo económico para la empresa. Por eso, TECH ha diseñado este programa en el que profesionales de diferentes ramas aprenderán a gestionar el proceso de ideación y puesta en marcha de propuestas creativas de manera eficiente y fomentando el crecimiento financiero y monetario de la organización. Un plan de estudios que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que supondrá un antes y un después en la carrera profesional del alumno y cuenta con Director Invitado de máximo prestigio a nivel internacional.

**MBA en Dirección de Empresas Creativas**
**TECH Universidad Tecnológica**

*Conviértete en un líder de las Empresas Creativas gracias a las 10 exhaustivas Masterclasses que un experto internacional de amplio prestigio ha aportado a esta titulación universitaria"*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

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

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

## En TECH Universidad Tecnológica

### Innovación

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

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

## 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"*

**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.

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 Tecnológica.

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

04

# Objetivos

TECH ha diseñado este programa de MBA en Dirección de Empresas Creativas con el objetivo fundamental de ayudar al alumno a adquirir competencias, herramientas y conocimientos que le permitan ejercer en empresas de esta índole fomentando la generación y puesta en marcha de ideas novedosas. Para tal fin, se ha dispuesto un temario completo que hará un recorrido de 360º por todas las singularidades de la profesión, impartido por un claustro docente de excelencia.

*El objetivo final que se plantea TECH con este MBA en Dirección de Empresas Creativas es el de egresar a los profesionales más competentes y preparados del mercado"*

## Sus objetivos son los de TECH.
## Se trabaja conjuntamente para ayudarle a conseguirlos.

El **MBA en Dirección de Empresas Creativas** capacitará para:

01 Adquirir y comprender los conocimientos útiles para la formación de los estudiantes, procurándoles competencias para el desarrollo y aplicación de ideas originales en su quehacer personal y profesional

02 Entender cómo la creatividad y la innovación se han convertido en los motores de la economía

03 Resolver los problemas en entornos novedosos y en contextos interdisciplinares sobre el ámbito de la gestión de la creatividad

04 Integrar de los conocimientos propios adquiridos con los correspondientes a otras personas, formulando juicios y razonamientos fundados sobre la base de la información disponible en cada caso

05 Saber gestionar el proceso de creación y puesta en práctica de ideas novedosas sobre un tema determinado

06 Adquirir conocimientos específicos para la gestión de las empresas y organizaciones en el nuevo contexto de las industrias creativas

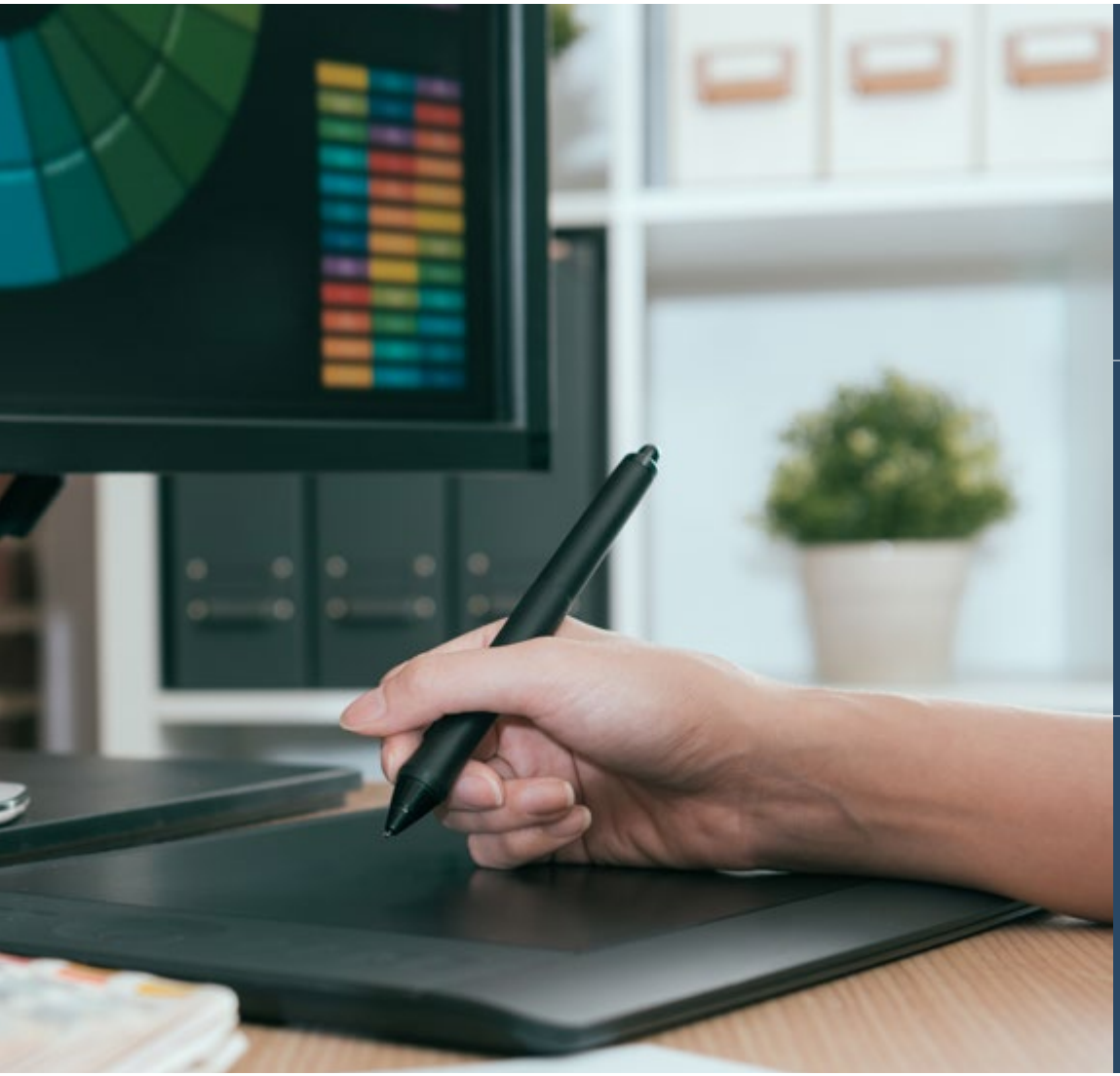
07 Actualizar de manera progresiva y constante en entornos autónomos de formación

08 Poseer herramientas para analizar las realidades económicas, sociales y culturales en las que se desarrolla y transforman las industrias creativas hoy en día

09 Ayudar al alumno a que adquiera las competencias necesarias para desarrollar y evolucionar su perfil profesional tanto en entornos empresariales como de emprendimiento

10 Obtener conocimientos para llevar a cabo una gestión de las empresas y organizaciones en el nuevo contexto de las industrias creativas

11 Organizar y planificar las tareas con aprovechamiento de los recursos disponibles para afrontarlas en espacios temporales precisos



12 Usar las nuevas tecnologías de información y comunicación como instrumentos de formación e intercambio de experiencias en el ámbito de estudio

13 Desarrollar habilidades comunicativas, tanto escritas como orales, así como de realización de presentaciones profesionales eficaces en la práctica cotidiana

14 Adquirir habilidades de investigación de mercado, visión estratégica, metodologías digitales y de co-creación

05

# Competencias

Tras realizar este completo programa diseñado por los profesionales de TECH, habrá adquirido una serie de competencias y habilidades que le posibilitarán ejercer en el entorno de la gestión de industrias creativas con mayor grado de acierto y éxito. Una experiencia académica que, al ser dictada en modalidad completamente online, permite al profesional seguir haciendo crecer su carrera, sin descuidar su trabajo y el resto de sus obligaciones diarias. Por lo tanto, solo necesitará un dispositivo electrónico con acceso a internet para acceder al banco de conocimientos más completo y efectivo del mercado.

*Conoce las particularidades del MBA en Dirección de Empresas Creativas y desarrolla las competencias necesarias para desenvolverte con éxito en este campo”*

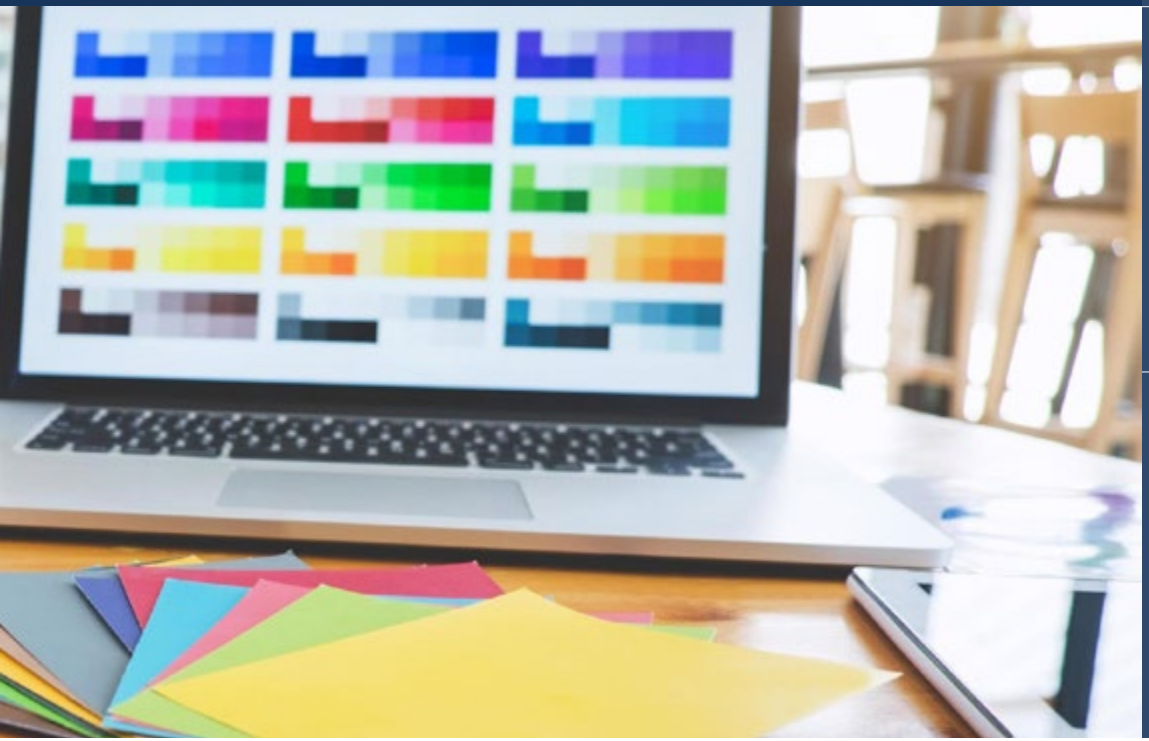
01 Ejercer en empresas del sector de la creatividad sabiendo realizar una gestión exitosa de las mismas

02 Conocer en profundidad el funcionamiento y el contexto global de las nuevas industrias creativas

03 Tener conocimientos profundos en todo lo relativo a la protección de productos creativos, desde la protección intelectual, hasta el derecho publicitario

04 Saber realizar una correcta gestión económica y financiera de las empresas en la industria creativa

05 Saber calcular el beneficio, la rentabilidad y los costes dentro de proyectos para la industria creativa



06 Poseer competencias completas en la metodología *Future Thinking* para poder aplicar sus beneficios en el trabajo diario

07 Saber realizar una correcta gestión de cambios y predicción del futuro de empresas de la industria creativa

08 Ser capaz de realizar una gestión eficiente del consumidor de empresas creativas

09 Saber gestionar la comunicación a nivel integral para empresas de la industria creativa

10 Poder formar parte activa del proceso de branding en empresas creativas

11 Tener conocimientos profundos que permitan al profesional gestionar el proceso de digitalización en las industrias creativas

12 Saber aplicar estrategias de marketing digital novedosas para empresas creativas

13 Dotar al alumno de conocimientos completos que le permitan emprender dentro de la industria creativa, sacando el máximo partido a su idea primaria

14 Ayudar al profesional a adquirir herramientas para gestionar el liderazgo dentro de estas industrias

06

# Estructura y contenido

La estructura y los contenidos del MBA en Dirección de Empresas Creativas ha sido ideada y diseñada por un grupo de profesionales de alto prestigio en esta área de conocimiento, quienes vierten en este programa de actualización la experiencia de sus años de trabajo. De esta manera, el temario que TECH presenta para este programa está concebido en formato multimedia, para así ayudar al alumno a interiorizar los conocimientos de la forma más cómoda y fácil posible.

*Lo que estudias es muy importante. Las destrezas y competencias que adquieres es lo fundamental. No encontrarás un temario más completo que este, créenos...”*

## Plan de estudios

Tradicionalmente la creatividad y la gestión se han concebido como disciplinas antagónicas. Sin embargo, actualmente la creatividad y la innovación se han convertido en los principales impulsores del progreso económico junto a la tecnología. Esta realidad demanda nuevos perfiles profesionales capaces de desarrollar de un modo armónico y eficaz estas herramientas en la gestión de las llamadas industrias creativas.

A través de este completo programa el alumno obtiene el dominio de todos los temas necesarios para la gestión de las empresas y organizaciones en el nuevo contexto de las industrias creativas. El programa no se centra únicamente en la gestión de las artes, sino que pretende dar las herramientas para analizar las realidades económicas, sociales y culturales en las que se desarrolla y transforman las industrias creativas hoy en día.

Así mismo, este programa está diseñado para ser estudiado con una metodología que promueva la adquisición de habilidades en el campo de la investigación de mercado, la visión estratégica, herramientas digitales y de co-creación.

Por otro lado, los empleos dentro de este sector evolucionan constantemente. Por eso, el programa pretende que el alumno adquiera las competencias necesarias para desarrollar y evolucionar su perfil profesional tanto en entornos empresariales como de emprendimiento.

Todo ello, condensado en un programa académico que se divide en diez módulos didácticos impartidos a lo largo de 12 meses y que se plantea convertirse en un punto de inflexión en la carrera profesional del alumno. De esta manera, y tras finalizar el programa, el estudiante podrá comenzar a trabajar en empresas de la industria creativa con un mayor índice de éxito.

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 14 módulos:

| | |
|---|---|
| **Módulo 1** | Nuevas industrias Creativas |
| **Módulo 2** | Protección de productos creativos e intangibles en el mercado actual |
| **Módulo 3** | Gestión económica y financiera de empresas creativas |
| **Módulo 4** | *Futures Thinking*: cómo transformar el hoy desde el mañana |
| **Módulo 5** | Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas |
| **Módulo 6** | Creative Branding: Comunicación y gestión de marcas creativas |
| **Módulo 7** | Liderazgo e innovación en las industrias creativas |
| **Módulo 8** | Transformación digital en la industria creativa |
| **Módulo 9** | Nuevas estrategias de Marketing Digital |
| **Módulo 10** | El emprendimiento en las industrias creativas |
| **Módulo 11** | Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas |
| **Módulo 12** | Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas |
| **Módulo 13** | Dirección Económico-Financiera |
| **Módulo 14** | *Management* Directivo |

## ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Dirección de Empresas Creativas de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

## **Módulo 1.** Nuevas industrias creativas

### 1.1. Nuevas industrias creativas
1.1.1. De la industria cultural a la industria creativa
1.1.2. Las industrias creativas actuales
1.1.3. Actividades y sectores que componen las industrias creativas

### 1.2. Peso económico de las industrias creativas en la actualidad
1.2.1. Contribución
1.2.2. Impulsores de crecimiento y de cambio
1.2.3. Panorama laboral en las industrias creativas

### 1.3. Nuevo contexto global de las industrias creativas
1.3.1. Radiografía de las industrias creativas en el mundo
1.3.2. Fuentes de financiación de las industrias creativas en cada país
1.3.3. Casos prácticos: modelos de gestión y políticas públicas

### 1.4. El patrimonio natural y cultural
1.4.1. Patrimonio histórico y cultural
1.4.2. Productos derivados y servicios de museos, sitios arqueológicos, históricos y paisajes culturales
1.4.3. Patrimonio cultural intangible

### 1.5. Artes visuales
1.5.1. Artes plásticas
1.5.2. Fotografía
1.5.3. Artesanía

### 1.6. Artes escénicas
1.6.1. Teatro y danza
1.6.2. Música y festivales
1.6.3. Ferias y circo

### 1.7. Medios audiovisuales
1.7.1. Películas, TV y contenido audiovisual
1.7.2. Radio, podcasts y contenido auditivo
1.7.3. Videojuegos

### 1.8. Publicaciones actuales
1.8.1. Literatura, ensayo y poesía
1.8.2. Editoriales
1.8.3. Prensa

### 1.9. Servicios creativos
1.9.1. Diseño y moda
1.9.2. Arquitectura y paisajismo
1.9.3. Publicidad

### 1.10. Conexiones de la economía creativa o economía naranja
1.10.1. Modelo cascada y círculos concéntricos
1.10.2. *Spillovers* creativos, de producción y de conocimiento
1.10.3. Cultura al servicio de la economía creativa

## **Módulo 2.** Protección de productos creativos e intangibles en el mercado actual

### 2.1. Protección jurídica de activos intangibles

### 2.2. Propiedad intelectual I

### 2.3. Propiedad intelectual II

### 2.4. Propiedad intelectual III

### 2.5. Propiedad industrial I: marcas

### 2.6. Propiedad industrial II: diseños industriales

### 2.7. Propiedad industrial III: patentes y modelos de utilidad

### 2.8. Propiedad intelectual e industrial: práctica

### 2.9. Derecho publicitario I

### 2.10. Derecho publicitario II

## **Módulo 3.** Gestión económica y financiera de empresas creativas

### 3.1. La necesaria sostenibilidad económica
3.1.1. La estructura financiera de una empresa creativa
3.1.2. La contabilidad en una empresa creativa
3.1.3. Triple balance

### 3.2. Los ingresos y los gastos de una empresa creativa actual
3.2.1. Contabilidad de costes
3.2.2. Tipo de costes
3.2.3. Asignación de costes

### 3.3. Los tipos de beneficio en la empresa
3.3.1. Margen de contribución
3.3.2. Punto de equilibrio
3.3.3. Evaluación de alternativas

### 3.4. La inversión en el sector creativo
3.4.1. La inversión en la industria creativa
3.4.2. Valoración de una inversión
3.4.3. El método VAN: valor actual neto

### 3.5. La rentabilidad en la industria creativa
3.5.1. Rentabilidad económica
3.5.2. Rentabilidad del tiempo
3.5.3. Rentabilidad financiera

### 3.6. La tesorería: liquidez y solvencia
3.6.1. Flujo de caja
3.6.2. Balance y cuenta de resultados
3.6.3. Liquidación y apalancamiento

### 3.7. Fórmulas de financiación actualmente en el mercado creativo
3.7.1. Fondos de capital riesgo
3.7.2. *Business* angels
3.7.3. Convocatorias y subvenciones

### 3.8. El precio del producto en la industria creativa
3.8.1. Fijación de precios
3.8.2. Ganancia vs. Competencia
3.8.3. La estrategia de precios

### 3.9. Estrategia de precios en el sector creativo
3.9.1. Tipos de estrategias de precio
3.9.2. Ventajas
3.9.3. Desventajas

### 3.10. Presupuestos operativos
3.10.1. Herramienta de planificación estratégica
3.10.2. Elementos incluidos en el presupuesto operativo
3.10.3. Desarrollo y ejecución del presupuesto operativo

## **Módulo 4.** *Futures Thinking*: ¿cómo transformar el hoy desde el mañana?

### 4.1. Metodología *Futures Thinking*
4.1.1. El *Futures Thinking*
4.1.2. Beneficios del uso de esta metodología
4.1.3. El papel del "futurista" en la empresa creativa

### 4.2. Señales de cambio
4.2.1. La señal de cambio
4.2.2. Identificación de las señales de cambio
4.2.3. La interpretación de las señales

### 4.3. Tipos de futuros
4.3.1. Viaje al pasado
4.3.2. Los cuatro tipos de futuros
4.3.3. Aplicación de la metodología *Futures Thinking* en el trabajo

### 4.4. *Future Forecasting*
4.4.1. En busca de *Drivers*
4.4.2. ¿Cómo crear una previsión de futuro?
4.4.3. ¿Cómo escribir un futuro escenario?

### 4.5. Técnicas de estimulación mental
4.5.1. Pasado, futuro y empatía
4.5.2. Hechos vs. Experiencia
4.5.3. Caminos alternativos

### 4.6. Previsión colaborativa
4.6.1. El futuro como un juego
4.6.2. *Future wheel*
4.6.3. El futuro desde distintos enfoques

### 4.7. Victorias épicas
4.7.1. Del descubrimiento a la propuesta de innovación
4.7.2. La victoria épica
4.7.3. La equidad en el juego del futuro

### 4.8. Futuros preferentes
4.8.1. El futuro preferente
4.8.2. Técnicas
4.8.3. Trabajar desde el futuro hacia atrás

### 4.9. De la predicción a la acción
4.9.1. Imágenes del futuro
4.9.2. Artefactos del futuro
4.9.3. Hoja de ruta

### 4.10. ODS. Una visión global y multidisciplinar del futuro
4.10.1. Desarrollo sostenible como objetivo mundial
4.10.2. La gestión del ser humano en la naturaleza
4.10.3. Sostenibilidad social

## **Módulo 5.** Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas

### 5.1. El usuario en el contexto actual
5.1.1. El cambio del consumidor en los últimos tiempos
5.1.2. La importancia de la investigación
5.1.3. Análisis de tendencias

### 5.2. Estrategia con la persona en el centro
5.2.1. La estrategia *human centric*
5.2.2. Claves y beneficios de ser *human centric*
5.2.3. Casos de éxito

### 5.3. El dato en la estrategia *human centric*
5.3.1. El dato en la estrategia *human centric*
5.3.2. El valor del dato
5.3.3. Vista 360º del cliente

### 5.4. Implantación de la estrategia *human centric* en la industria creativa
5.4.1. Transformación de información dispersa en conocimiento del cliente
5.4.2. Análisis de la oportunidad
5.4.3. Estrategias e iniciativas de maximización

### 5.5. Metodología *human centric*
5.5.1. De la investigación al prototipado
5.5.2. Modelo de doble diamante: proceso y fases
5.5.3. Herramientas

### 5.6. *Design thinking*
5.6.1. El *design thinking*
5.6.2. Metodología
5.6.3. Técnicas y herramientas de *design thinking*

### 5.7. El posicionamiento de la marca en la mente del usuario
5.7.1. El análisis de posicionamiento
5.7.2. Tipología
5.7.3. Metodología y herramientas

### 5.8. *User insights* en las empresas creativa
5.8.1. Los *insights* y su importancia
5.8.2. *Customer journey* y la relevancia del *journey map*
5.8.3. Técnicas de investigación

### 5.9. El perfil de los usuarios (arquetipos y buyer persona)
5.9.1. Arquetipos
5.9.2. Buyer persona
5.9.3. Metodología de análisis

### 5.10. Recursos y técnicas de investigación
5.10.1. Técnicas en contexto
5.10.2. Técnicas de visualización y creación
5.10.3. Técnicas de contrastes de voces

## **Módulo 6.** *Creative Branding:* comunicación y gestión de marcas creativas

### 6.1. *Brands and branding*
6.1.1. Las marcas
6.1.2. Evolución del *branding*
6.1.3. Posicionamiento, personalidad de marca, notoriedad

### 6.2. Construcción de la marca
6.2.1. Marketing mix
6.2.2. Arquitectura de marca
6.2.3. Identidad de marca

### 6.3. Expresión de la marca
6.3.1. Identidad gráfica
6.3.2. Expresión visual
6.3.3. Otros elementos que reflejan la marca

### 6.4. Comunicación
6.4.1. Enfoques
6.4.2. *Brand touchpoints*
6.4.3. Técnicas y herramientas de comunicación

### 6.5. *Brand content*
6.5.1. De marcas a plataformas de entretenimiento
6.5.2. El auge del contenido de marca
6.5.3. Conectar con la audiencia a través de relatos únicos

### 6.6. *Visual storytelling*
6.6.1. El análisis de la marca
6.6.2. Conceptos publicitarios creativos
6.6.3. La venta creativa

### 6.7. *Customer experience*
6.7.1. *Customer experience* (CX)
6.7.2. *Customer journey*
6.7.3. Alineación de la marca y CX

### 6.8. Planificación estratégica
6.8.1. Objetivos
6.8.2. Identificación de públicos e insights
6.8.3. Diseño de la estrategia

### 6.9. *Performance*
6.9.1. El *briefing*
6.9.2. Tácticas
6.9.3. Plan de producción

### 6.10. Evaluación
6.10.1. ¿Qué evaluar?
6.10.2. ¿Cómo evaluar? (herramientas de medición)
6.10.3. Informes de resultados

## **Módulo 7.** Liderazgo e innovación en las industrias creativas

### 7.1. Creatividad aplicada a la industria
7.1.1. La expresión creativa
7.1.2. Los recursos creativos
7.1.3. Técnicas creativas

### 7.2. La nueva cultura innovadora
7.2.1. El contexto de la innovación
7.2.2. ¿Por qué falla la innovación?
7.2.3. Teorías académicas

### 7.3. Dimensiones y palancas de la innovación
7.3.1. Los planos o dimensiones de la innovación
7.3.2. Actitudes para la innovación
7.3.3. El intraemprendimiento y la tecnología

### 7.4. Restricciones y obstáculos de la innovación en la industria creativa
7.4.1. Restricciones personales y de grupo
7.4.2. Restricciones sociales y organizaciones
7.4.3. Restricciones industriales y tecnológicas

### 7.5. Innovación cerrada e innovación abierta
7.5.1. De la innovación cerrada a la innovación abierta
7.5.2. Prácticas para implementar la innovación abierta
7.5.3. Experiencias de innovación abierta en empresas

### 7.6. Modelos de negocio innovadores en las IICC
7.6.1. Tendencias empresariales en la economía creativa
7.6.2. Casos de estudio
7.6.3. Revolución del sector

### 7.7. Liderar y gestionar una estrategia de innovación
7.7.1. Impulsar la adopción
7.7.2. Liderar el proceso
7.7.3. Portfolio maps

### 7.8. Financiar la innovación
7.8.1. CFO: inversor de capital riesgo
7.8.2. Financiación dinámica
7.8.3. Respuesta a los retos

### 7.9. Hibridación: innovar en la economía creativa
7.9.1. Intersección de sectores
7.9.2. Generación de soluciones disruptivas
7.9.3. El efecto Medici

### 7.10. Nuevos ecosistemas creativos e innovadores
7.10.1. Generación de entornos innovadores
7.10.2. La creatividad como estilo de vida
7.10.3. Ecosistemas

## **Módulo 8.** Transformación digital en la industria creativa

### 8.1. Digital future de la industria creativa
8.1.1. La transformación digital
8.1.2. Situación del sector y su comparativa
8.1.3. Retos de futuro

### 8.2. Cuarta revolución industrial
8.2.1. Revolución industrial
8.2.2. Aplicación
8.2.3. Impactos

### 8.3. Habilitadores digitales para el crecimiento
8.3.1. Efectividad operativa, aceleración y mejora
8.3.2. Transformación digital continua
8.3.3. Soluciones y servicios para las industrias creativas

### 8.4. La aplicación del Big Data a la empresa
8.4.1. Valor del dato
8.4.2. El dato en la toma de decisiones
8.4.3. *Data driven company*

### 8.5. Tecnología cognitiva
8.5.1. IA y digital interaction
8.5.2. IoT y robótica
8.5.3. Otras prácticas digitales

### 8.6. Usos y aplicaciones de la tecnología *Blockchain*
8.6.1. *Blockchain*
8.6.2. Valor para el sector de las IICC
8.6.3. Versatilidad de las transacciones

### 8.7. La omnicanalidad y el desarrollo del transmedia
8.7.1. Impacto en el sector
8.7.2. Análisis del reto
8.7.3. Evolución

### 8.8. Ecosistemas de emprendimiento
8.8.1. El papel de la innovación y el venture capital
8.8.2. El ecosistema *start-up* y los agentes que lo conforman
8.8.3. ¿Cómo maximizar la relación entre el agente creativo y las *start-up*?

### 8.9. Nuevos modelos de negocio disruptivos
8.9.1. Basado en la comercialización (plataformas y *marketplaces*)
8.9.2. Basado en la prestación de servicios (modelos *freemium, premium* o suscripción)
8.9.3. Basado en comunidades (desde el *crowdfunding*, redes sociales o blogs)

### 8.10. Metodologías para promover la cultura de innovación en la industria creativa
8.10.1. Estrategia de innovación del océano azul
8.10.2. Estrategia de innovación de *lean star-up*
8.10.3. Estrategia de innovación agile

## **Módulo 9.** Nuevas estrategias de marketing digital

### 9.1. Tecnología y audiencias
9.1.1. La estrategia digital y diferencias entre el tipo de usuario
9.1.2. El público objetivo, factores excluyentes y generaciones
9.1.3. El *Ideal Costumer Profile* (ICP) y la buyer persona

### 9.2. Analítica digital para el diagnóstico
9.2.1. Analítica previa a la estrategia digital
9.2.2. Momento 0
9.2.3. KPI y métrica, tipologías, clasificación según metodologías

### 9.3. *E-entertainment*: el impacto del *e- commerce* en la industria del entretenimiento
9.3.1. *E-commerce*, tipologías y plataformas
9.3.2. La importancia del diseño web: UX y UI
9.3.3. Optimización del espacio online: necesidades mínimas

### 9.4. Social media e *Influencer Marketing*
9.4.1. Impacto y evolución del marketing en redes
9.4.2. La persuasión, claves del contenido y de acciones virales
9.4.3. Planificar campañas de social marketing e *Influencer Marketing*

### 9.5. Mobile marketing
9.5.1. Usuario Mobile
9.5.2. Web Mobile y Apss
9.5.3. Acciones *mobile marketing*

### 9.6. Publicidad en entornos online
9.6.1. La publicidad en RRSS y objetivos de los Social Ads
9.6.2. El embudo de conversión o *purchase funnel*: categorías
9.6.3. Plataformas de Social Ads

### 9.7. La metodología Inbound Marketing
9.7.1. *Social Selling*, pilares fundamentales y estrategia
9.7.2. La plataforma de CRM en una estrategia digital
9.7.3. El Inbound Marketing o Marketing de atracción: acciones y SEO

### 9.8. Automatización del Marketing
9.8.1. *Email Marketing* y tipología de emails
9.8.2. La automatización del *Email Marketing*, aplicaciones, plataformas y ventajas
9.8.3. La aparición del Bot & *Chatbot Marketing*: tipología y plataformas

### 9.9. Herramientas de gestión de datos
9.9.1. CRM en la estrategia digital, tipologías y aplicaciones, plataformas y tendencias
9.9.2. Big Data: Big Data, *Business Analytics* y *Business Intelligence*
9.9.3. Big Data, la Inteligencia Artificial y el *Data Science*

### 9.10. La medición de la rentabilidad
9.10.1. ROI: la definición del retorno de la inversión y ROI vs. ROAS
9.10.2. Optimización del ROI
9.10.3. Métricas clave

**Módulo 10.** El emprendimiento en las industrias creativas

### 10.1. El proyecto emprendedor
10.1.1. Emprendimiento, tipos y ciclo de vida
10.1.2. Perfil del emprendedor
10.1.3. Temas de interés para emprender

### 10.2. Liderazgo personal
10.2.1. Autoconocimiento
10.2.2. Habilidades emprendedoras
10.2.3. Desarrollo de capacidades y habilidades de liderazgo emprendedor

### 10.3. Identificación de oportunidades de innovación y emprendimiento
10.3.1. Análisis de megatendencias y fuerzas competitivas
10.3.2. Comportamiento del consumidor y estimación de la demanda
10.3.3. Evaluación de oportunidades de negocio

### 10.4. Generación de ideas de negocio en la industria creativa
10.4.1. Herramientas para la generación de ideas: *brainstorming*, mapas mentales, *drawstorming*, etc.
10.4.2. Diseño de propuesta de valor: canvas, 5 W
10.4.3. Desarrollo de la propuesta de valor

### 10.5. Prototipado y validación
10.5.1. Desarrollo del prototipo
10.5.2. Validación
10.5.3. Ajustes de prototipado

### 10.6. Diseño del modelo de negocio
10.6.1. El modelo de negocio
10.6.2. Metodologías para la creación de modelos de negocio
10.6.3. Diseño del modelo de negocio para idea propuesta

### 10.7. Liderazgo de equipo
10.7.1. Perfiles del equipo según temperamentos y personalidad
10.7.2. Habilidades del líder de equipo
10.7.3. Métodos de trabajo en equipo

### 10.8. Mercados culturales
10.8.1. Naturaleza de los mercados culturales
10.8.2. Tipos de mercados culturales
10.8.3. Identificación de mercados culturales de proximidad

### 10.9. Plan de Marketing y *branding* personal
10.9.1. Proyección del proyecto personal y de emprendimiento
10.9.2. Plan estratégico a medio y corto plazo
10.9.3. Variables de medición de éxito

### 10.10. Pitch de venta
10.10.1. Presentación de proyecto a inversores
10.10.2. Elaboración de presentaciones atractivas
10.10.3. Desarrollo de habilidades de comunicación eficaz

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

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

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

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

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

### 11.5. Ética empresarial
11.5.1. Ética y Moral
11.5.2. Ética Empresarial
11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

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

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

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

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

### 11.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

**Módulo 12.** Dirección de Personas y Gestión del Talento

### 12.1. Dirección Estratégica de personas
12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
12.1.2. Dirección estratégica de personas

### 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
12.2.1. Análisis del potencial
12.2.2. Política de retribución
12.2.3. Planes de carrera/sucesión

### 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
12.3.1. La gestión del rendimiento
12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

### 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
12.4.3. Fidelización y retención
12.4.4. Proactividad e innovación

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

### 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

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

### 12.8. Negociación y gestión de conflictos
12.8.1. Negociación
12.8.2. Gestión de Conflictos
12.8.3. Gestión de Crisis

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

### 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
12.10.1. La productividad
12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

## **Módulo 13.** Dirección Económico-Financiera

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

### 13.2. Contabilidad Directiva
13.2.1. Conceptos básicos
13.2.2. El Activo de la empresa
13.2.3. El Pasivo de la empresa
13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
13.2.5. La Cuenta de Resultados

### 13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*
13.3.1. Fundamentos y clasificación
13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
13.3.3. Elección de centro de costes y efecto

### 13.4. Presupuesto y Control de Gestión
13.4.1. El modelo presupuestario
13.4.2. El Presupuesto de Capital
13.4.3. La Presupuesto de Explotación
13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
13.4.6. Seguimiento del Presupuesto

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

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

### 13.7. Estrategia Financiera Corporativa
13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

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

### 13.9. Análisis y planificación financiera
13.9.1. Análisis del Balance de Situación
13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
13.9.3. Análisis de la Rentabilidad

### 13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

## **Módulo 14.** *Management* Directivo

### 14.1. General Management
14.1.1. Concepto de General Management
14.1.2. La acción del Manager General
14.1.3. El Director General y sus funciones
14.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección

### 14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
14.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

### 14.3. Dirección de operaciones
14.3.1. Importancia de la dirección
14.3.2. La cadena de valor
14.3.3. Gestión de calidad

### 14.4. Oratoria y formación de portavoces
14.4.1. Comunicación interpersonal
14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
14.4.3. Barreras en la comunicación

### 14.5. Herramientas de. comunicaciones personales y organizacional
14.5.1. La comunicación interpersonal
14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
14.5.3. La comunicación en la organización
14.5.4. Herramientas en la organización

### 14.6. Comunicación en situaciones de crisis
14.6.1. Crisis
14.6.2. Fases de la crisis
14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

### 14.7. Preparación de un plan de crisis
14.7.1. Análisis de posibles problemas
14.7.2. Planificación
14.7.3. Adecuación del personal

### 14.8. Inteligencia emocional
14.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
14.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
14.8.3. Autoestima y comunicación emocional

### 14.9. *Branding* Personal
14.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
14.9.2. Leyes del branding personal
14.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

### 14.10. Liderazgo y gestión de equipos
14.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
14.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
14.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
14.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

NEWS
Latest Stories

07

# Metodología

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

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

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

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

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

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

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

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

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

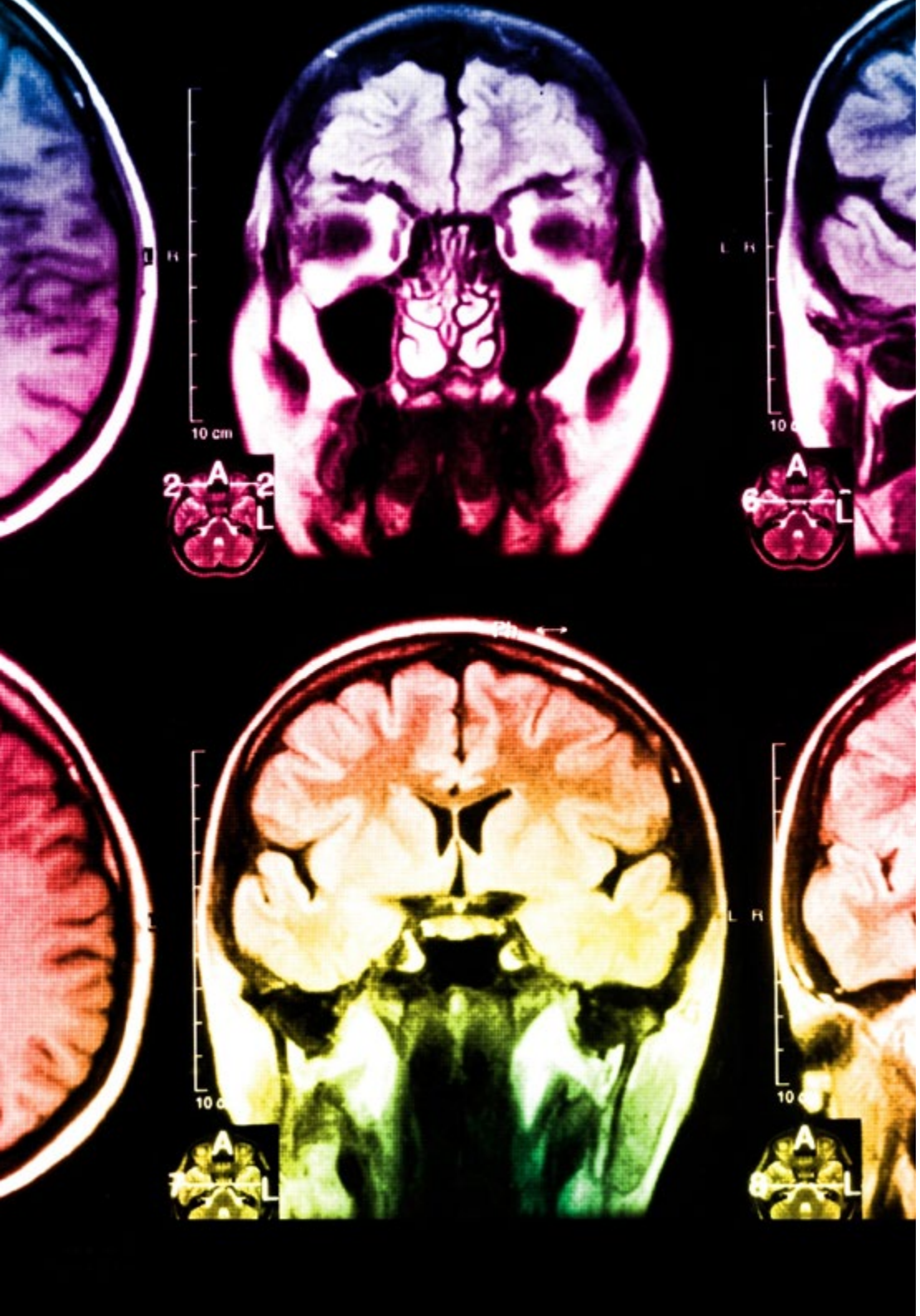
TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

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

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

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



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

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

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

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

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

### Material de estudio

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

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

### Clases magistrales

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

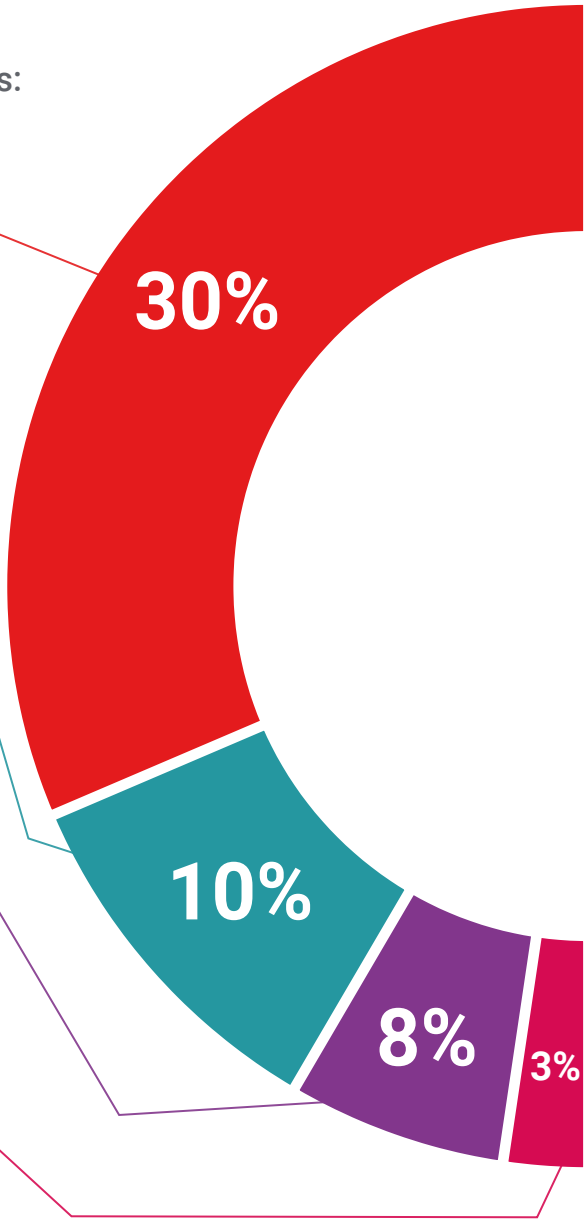
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

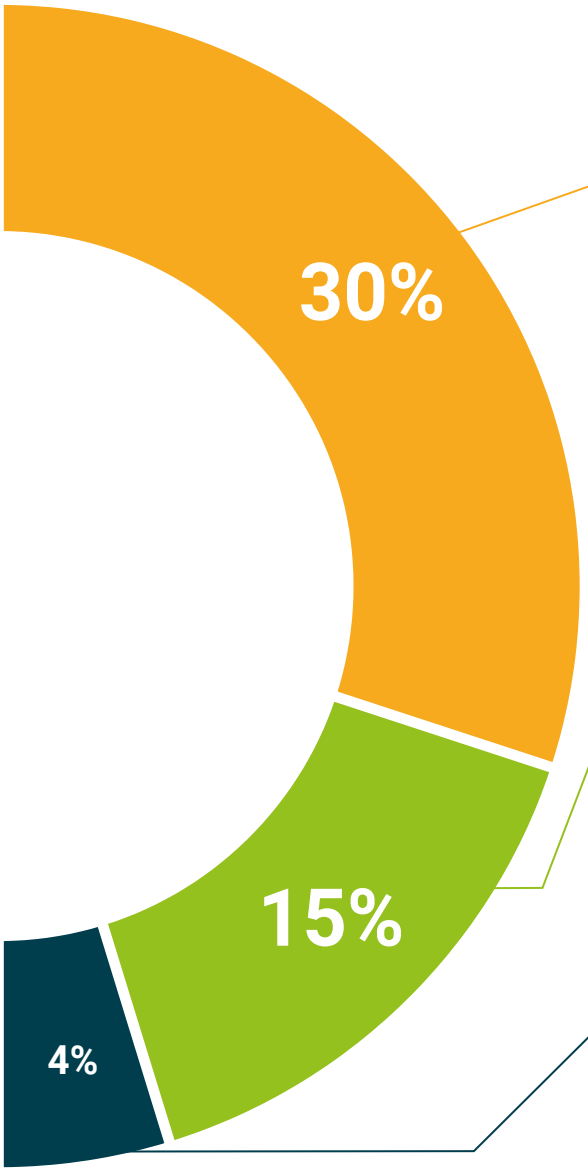
### Prácticas de habilidades directivas

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

### Lecturas complementarias

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






**Case studies**

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

**Resúmenes interactivos**

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

**Testing & Retesting**

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

08

# Perfil de nuestros alumnos

El programa está dirigido a graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de la administración de empresas, el Marketing, el diseño o la comunicación.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

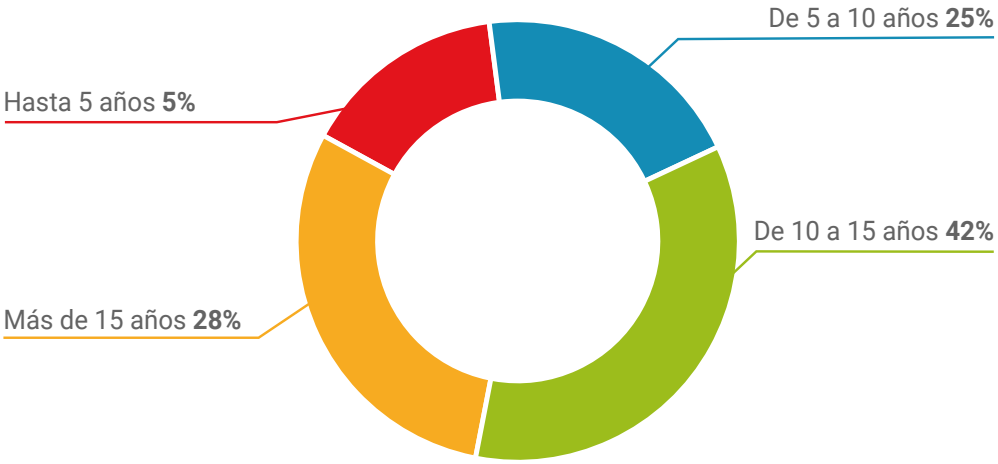
También podrán realizar el programa los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo de la gestión de empresas creativas.

*Si quieres ser parte de nuestro selecto grupo de alumnos egresados, y multiplicar tus oportunidades profesionales entonces este programa es para ti”*

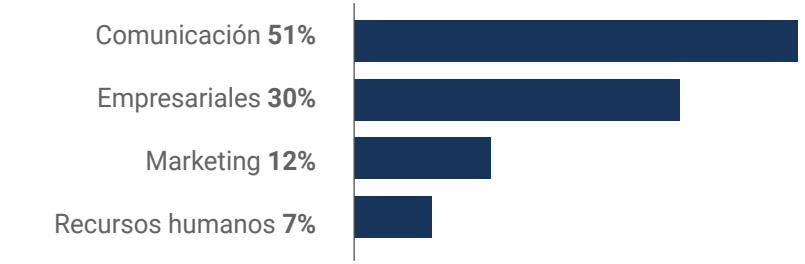
## Edad media

Entre **35** y **45** años

## Años de experiencia

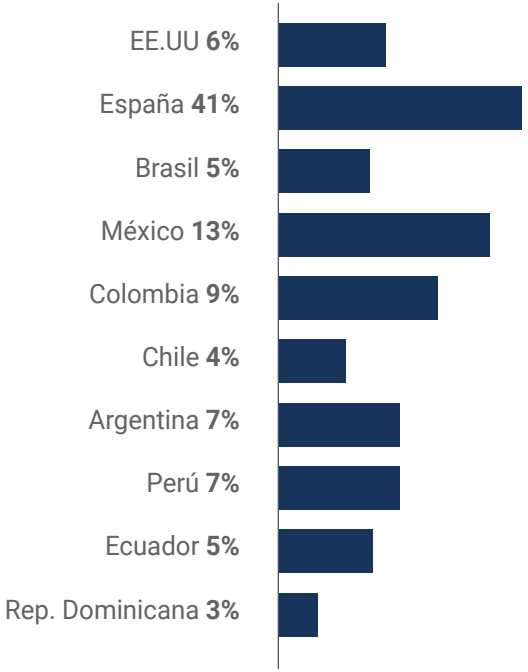



## Formación




## Perfil académico

## Distribución geográfica



# Ariadna González Suárez

**CEO de empresa textil**

*"Sin duda estudiar en TECH ha sido un gran descubrimiento para mí. Estaba buscando un programa que me ayudara a fomentar la creatividad en mi empresa y con este programa lo conseguí. Además, me llevo conmigo una agenda de excelentes contactos que he adquirido durante el programa"*

09

# Dirección del curso

En su búsqueda de una educación de calidad que siente las bases del crecimiento profesional del alumno, Tech ha unido para este Máster al grupo de profesionales en activo más completo y especializado del panorama internacional. Esto asegurará al estudiante que, actualizando sus conocimientos en esta Universidad, tendrá la certeza de ostentar los conocimientos más completos y efectivos del mercado, pudiendo así ejercer su trabajo dentro de industrias del sector creativo con un mayor índice de acierto.

*Contamos con un equipo docente con amplia experiencia que te ayudará a especializarte en este sector”*

## Director Invitado Internacional

S. Mark Young es un experto de renombre internacional que ha centrado su trayectoria investigativa en torno a la **Industria** del **Entretenimiento**. Sus resultados han recibido numerosos reconocimientos, entre los que destaca el **Premio a la Trayectoria en Contabilidad y Gestión** de 2020, otorgado por la Asociación Americana de Contabilidad (American Accounting Association). Asimismo, ha sido galardonado tres veces por sus **contribuciones** a la **literatura académica** sobre estos ámbitos.

Uno de los hitos más destacados de su carrera fue la publicación del estudio ***Narcisismo y Celebridades***, junto con el doctor Drew Pinsky. Este texto recopilaba **datos directos** de **personalidades famosas** del Cine o la Televisión. Además, en el artículo, que después se convertiría en un libro de máximas ventas, el experto analizaba los **comportamientos narcisistas** de las estrellas del celuloide y como estos se han normalizado en los medios modernos. A su vez, se abordaba el **impacto de estos en la juventud contemporánea**.

También, a lo largo de su vida profesional, Young ha profundizado en la **organización** y **concentración en la industria cinematográfica**. Específicamente, ha indagado en los modelos para **predecir** el **éxito en taquilla** de películas importantes. Asimismo, ha realizado aportes en cuanto a la contabilidad basada en actividades y el diseño de sistemas de control. En particular, destaca su reconocida influencia para la implementación de la **gestión efectiva basada en *Balanced Scorecard***.

Igualmente, la labor académica ha marcado también su vida profesional, llegando a ser elegido para **liderar** la **Cátedra de Investigación** George Bozanic y Holman G. Hurt en **Negocios de Deportes y Entretenimiento**. Igualmente, ha impartido conferencias y participado en programas de estudio relacionados con la **Contabilidad**, el **Periodismo** y las **Comunicaciones**. Al mismo tiempo, sus estudios de pregrado y posgrado le han vinculado a prestigiosas universidades norteamericanas como la de Pittsburgh y la de Ohio.

## Dr. Young, S. Mark

- Director de la Cátedra George Bozanic y Holman G. Hurt en USC Marshall, Los Ángeles, Estados Unidos
- Historiador Oficial del Equipo Masculino de Tenis de la Universidad del Sur de California
- Investigador académico especializado en el desarrollo de modelos predictivos para la industria cinematográfica
- Coautor del libro Narcisismo y Celebridades
- Doctor en Ciencias de la Contabilidad por la Universidad de Pittsburgh
- Máster en Contabilidad por la Ohio State University
- Licenciado en Ciencias Económicas por el Oberlin College
- Miembro de: Centro para la Excelencia en la Enseñanza

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

## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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

## Dña. Dove, Jennifer

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

*TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global"*

## Director Invitado Internacional

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

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

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

## D. Gauthier, Rick

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

## D. Arman, Romi

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

## D. Arens, Manuel

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

## D. La Sala, Andrea

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

## D. Gram, Mick

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

*¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este 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 c**omerciales de televisión** y ***trailers***.

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

## D. Stevenson, Scott

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

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

## D. Nyquist, Eric

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

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

## Dirección

### Dra. Velar Lera, Margarita

- Consultora de Comunicación Experta en Moda
- CEO de Forefashion Lab
- Directora de Marketing Corporativo en SGN Group
- Consultora de Comunicación Corporativa en LLYC
- Consultor de Comunicación y Marca *Freelance*
- Responsable de Comunicación en la Universidad Villanueva
- Docente en estudios universitarios vinculados al Marketing
- Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School

## Profesores

### D. Sanjosé, Carlos

- Especialista en Marketing Digital
- Gerente de Marketing Digital en Designable
- Jefe de Marketing Digital en MURPH
- Gerente de Marketing Digital en 25 Gramos
- Jefe de Contenido en Unánime Creativos
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad CEU Cardenal Herrera

### Dña. Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- Asesora Jurídica y Diseñadora Experta en Industria Creativa
- Asesora Jurídica en la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial
- Asesora Legal para la Gerencia de la empresa Eley Hawk
- Diseñadora del National Geographic y El Mueble
- Docente en estudios de posgrado universitario
- Licenciada en Derecho por la Universidad Pompeu Fabra
- Licenciada en Diseño por la Universidad Pompeu Fabra
- Máster Oficial en Propiedad Intelectual por la Universidad Pontificia Comillas
- Curso de Derecho a la Publicidad por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

### Dra. San Miguel Arregui, Patricia

- Investigadora Experta en Marketing Digital
- Fundadora y Directora de Digital Fashion Brands
- Investigadora y colaboradora en estudios de Marketing
- Autora del libro *Influencer Marketing*
- Autora de publicaciones académicas en revistas de prestigio
- Ponente habitual en congresos y jornadas nacionales e internacionales de Comunicación y Marketing
- Docente en estudios de grado y postgrado universitario
- Doctora en Marketing Digital para Empresa de Moda por la Universidad de Navarra
- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA en Executive Fashion por ISEM

### Dña. Gallego Martínez, Ana Belén

- Consultora de Estrategias de Negocio
- Consultora independiente en Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- Licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA Máster en Dirección y Administración de Empresas con Especialidad en Dirección Financiera por la Universidad Camilo José Cela
- Programa Ejecutivo de Transformación Digital por la Escuela de Organización Industrial

**Dra. Bravo Durán, Sandra**

- CEO de UX en Myme
- CEO y Fundadora de Ch2 Abroad & Events
- Socióloga del Observatorio Turístico de Salamanca
- Consultora Digital en Everis
- Investigadora en Runroom
- Profesora del Máster en Dirección de Marketing de Moda y Lujo y del Máster Luxury Business Brand Management en MSMK en la Madrid School of Marketing
- Doctorado en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra
- Grado en Sociología por la Universidad de Salamanca
- Licenciatura en Economía por la Universidad de Salamanca
- Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda por la Universidad de Navarra

**D. Justo Reyes, Rumen**

- Productor Audiovisual y Experto en *Mentoring* para *Startups*
- Productor de documentales y películas
- Asesor Financiero y Legal en Películas
- Inversor en *Startups* creativas
- Fundador y Director del Festival Internacional de Cine Independiente y de Autor de Canarias
- Asesor de Emprendimiento en CEOE Tenerife
- *Startup Mentor* en Asociación Afedes
- *Startup Mentor* en *Bridge for Billions*
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de La Laguna
- Máster en PRL por SGS
- Posgrado en Vigilancia Tecnológica
- Experto en Gestión de Recursos Humanos por la Universidad de Vigo

**Dña. Arroyo Villoria, Cristina**

- Consultora Técnica y Coordinadora de Proyectos Formativos
- Socia y Directora de Proyectos y Emprendimiento en Factoría de Industrias Creativas
- Coordinadora de Acerca Cultura Madrid
- Editora de Contenidos e-Learning Freelance para LIDlearning en LID Editorial
- Coordinadora de Formación en Factoría Cultural Madrid
- Licenciatura en Ciencias del Trabajo por la Universidad de Valladolid
- Máster en Dirección y Gestión de RR. HH por la Escuela de Negocios de San Pablo CEU
- Máster en e-Learning y Tecnología Educativa, Formación e-Learning
- Técnico Superior de Prevención de Riesgos, Especialidad de Higiene del Trabajo en el Instituto para la Formación Integral
- Técnico Superior de Prevención de Riesgos Laborales, Especialidad de Ergonomía y Psicosociología del Trabajo en el Instituto para la Formación Integral

**Dra. Paule Vianez, Jessica**

- Especialista en el Grupo de Investigación en Dirección y Economía de Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos
- Asesora Comercial en DKV Seguros y Reaseguros
- Asistente Administrativa en la Fundación para el Desarrollo Directivo de Cáceres
- Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad Rey Juan Carlos
- Máster en Tratamiento Estadístico Computacional de la Información por la Universidad Complutense de Madrid
- Grado en Finanzas y Contabilidad por la Universidad de Extremadura
- Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Extremadura
- Miembro de la Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa

10

# Impacto para tu carrera

TECH es plenamente consciente de que cursar un programa de esta envergadura supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal.

Por ello, el objetivo final del alumno al llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente.

*Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional, ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo"*

*En un mundo laboral competitivo, la especialización es la mejor baza del profesional a la hora de hacer destacar su perfil frente a otros.*

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

El MBA en Dirección de Empresas Creativas de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la gestión de ideas, proyectos y trabajos. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional del alumno, desarrollando su creatividad y ayudándolo a que sea capaz de fomentar la de otros. De esta manera, TECH motiva al profesional para que se encamine hacia el éxito.

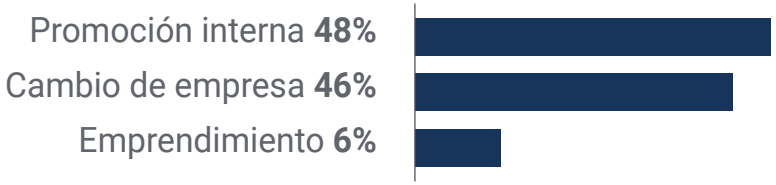
Si quiere superarse a símismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

*Consigue las mejoras salariales que tanto mereces cursando este completo programa con TECH.*

### Momento del cambio

| Durante el programa el | Durante el primer año el | Dos años después el |
|---|---|---|
| **15%** | **55%** | **30%** |

### Tipo de cambio



## Mejora salarial

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

| Salario previo | Incremento salarial del | Salario posterior |
|---|---|---|
| **50.500 €** | **25%** | **63.242 €** |

11

# Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección de Empresas Creativas contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este programa supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.

*En un momento de continuos cambios sociales y tecnológicos, saber gestionar correctamente la creatividad se convierte en un elemento clave a la hora de hacer despuntar a una organización"*

**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 creativos en la organización.

02

### Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

### Construcción de agentes de cambio

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 puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito creativo de su compañía.

06

### Aumento de la competitividad

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

12

# Titulación

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

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin necesidad de realizar complicados trámites”*

Este **MBA en Dirección de Empresas Creativas** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Creativas**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

tech universidad tecnológica

Otorga la presente

**CONSTANCIA**

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

**MÁSTER TÍTULO PROPIO**

en

MBA Dirección de Empresas Creativas

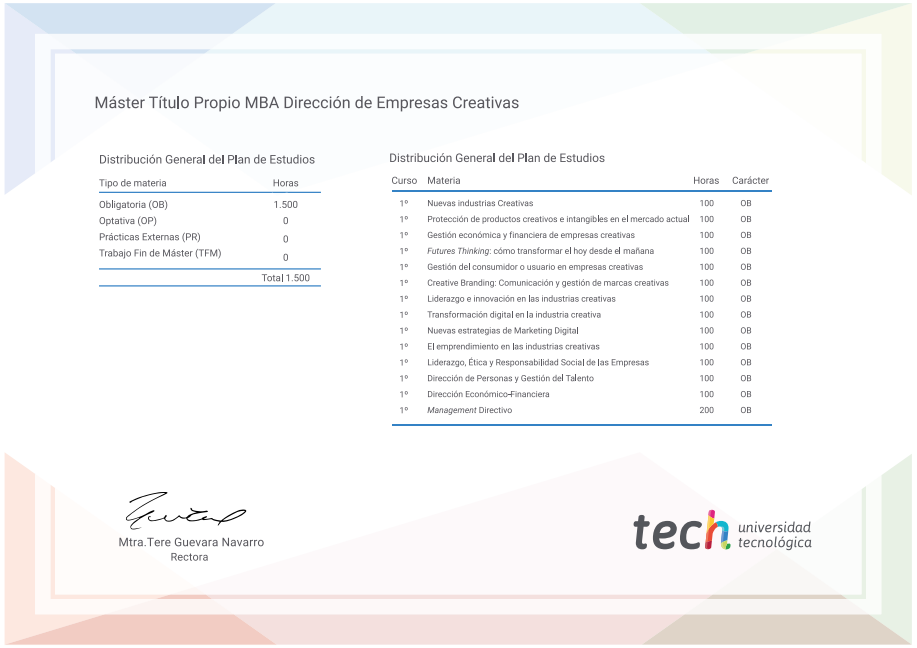
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio MBA Dirección de Empresas Creativas

Distribución General del Plan de Estudios

| Tipo de materia | Horas |
|---|---|
| Obligatoria (OB) | 1.500 |
| Optativa (OP) | 0 |
| Prácticas Externas (PR) | 0 |
| Trabajo Fin de Máster (TFM) | 0 |
| Total | 1.500 |

Distribución General del Plan de Estudios

| Curso | Materia | Horas | Carácter |
|---|---|---|---|
| 1º | Nuevas industrias Creativas | 100 | OB |
| 1º | Protección de productos creativos e intangibles en el mercado actual | 100 | OB |
| 1º | Gestión económica y financiera de empresas creativas | 100 | OB |
| 1º | *Futures Thinking*: cómo transformar el hoy desde el mañana | 100 | OB |
| 1º | Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas | 100 | OB |
| 1º | Creative Branding: Comunicación y gestión de marcas creativas | 100 | OB |
| 1º | Liderazgo e innovación en las industrias creativas | 100 | OB |
| 1º | Transformación digital en la industria creativa | 100 | OB |
| 1º | Nuevas estrategias de Marketing Digital | 100 | OB |
| 1º | El emprendimiento en las industrias creativas | 100 | OB |
| 1º | Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas | 100 | OB |
| 1º | Dirección de Personas y Gestión del Talento | 100 | OB |
| 1º | Dirección Económico-Financiera | 100 | OB |
| 1º | *Management* Directivo | 200 | OB |

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Empresas Creativas

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Empresas Creativas

tech universidad tecnológica