

Máster Título Propio

MBA en Dirección de la Industria Aseguradora

M B A D I A



Máster Título Propio MBA en Dirección de la Industria Aseguradora

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las Finanzas, Negocios, Economía e Informática

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-industria-aseguradora

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. 46

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 54

09

Dirección del curso

pág. 58

10

Impacto para tu carrera

pág. 78

11

Beneficios para tu empresa

pág. 82

12

Titulación

pág. 86

01 Bienvenida

La gestión de la Industria Aseguradora ha cambiado mucho debido a los avances tecnológicos, la adaptación de productos y el manejo avanzado de amenazas. En la actualidad, las compañías de seguros usan técnicas para anticipar riesgos con mayor precisión. Además, las entidades reguladoras han implementado medidas para fortalecer la estabilidad financiera, proteger a los clientes y fomentar la transparencia en el sector. Esto ha generado la necesidad de contar con profesionales en negocios altamente capacitados en este campo. Conscientes de esta demanda, TECH ha desarrollado un programa que permitirá a los estudiantes convertirse en expertos en el ámbito asegurador. Esta titulación se presenta en un formato 100% en línea, lo que brinda flexibilidad para acceder al contenido en cualquier momento y lugar, sin restricciones de horario.



MBA en Dirección de la Industria Aseguradora
TECH Universidad



“

Conviértete en un experto en legislación internacional de control de la actividad aseguradora con este exclusivo Máster Título Propio de TECH”

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

Esta titulación tiene como finalidad que el profesional adquiera las habilidades y conocimientos necesarios que le permitan liderar y gestionar de manera eficiente una compañía aseguradora. De este modo, el egresado estará capacitado para tomar decisiones estratégicas, controlar los riesgos y diseñar y adaptar productos. Todo bajo una modalidad 100% online que le permitirá supervisar de manera eficiente la distribución de seguros, mantener el cumplimiento normativo y establecer relaciones sólidas con los clientes.



“

Destacarás en un mercado en constante evolución y ampliarás tus conocimientos legales en el ámbito internacionales en seguros”

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

El MBA en Dirección de la Industria Aseguradora capacitará al alumno para:

01

Desarrollar conocimiento especializado sobre la implementación y funcionamiento de las aseguradoras de países extranjeros en otros países: (i) dentro de la Unión Europea como (ii) provenientes de países ajenos a la Unión Europea

04

Delimitar el marco de cumplimiento de la actividad aseguradora

02

Desarrollar las peculiaridades del contrato de seguro

03

Examinar el marco regulador internacional del mercado asegurador y su reciente evolución

05

Analizar la evolución del seguro



06

Reflexionar sobre las implicaciones en el seguro de la normativa no sectorial

08

Determinar el juego conjunto entre la normativa de consumo y la aseguradora y sus consecuencias

09

Desarrollar conocimiento especializado sobre el seguro y los conceptos clave que definen la actividad aseguradora

07

Valorar el impacto de la seguridad de la información en el marco legislativo asegurador

10

Determinar la importancia del Riesgo como elemento imprescindible para la actividad aseguradora



11

Examinar el funcionamiento general de la Actividad Aseguradora y de la normativa que regula su actividad

12

Establecer la relevancia de la gestión de los riesgos que afrontan las entidades aseguradoras como elemento clave en la dirección de las entidades aseguradoras

13

Identificar los retos más inmediatos que afronta la gestión de riesgos

14

Analizar el mercado asegurador global con el foco puesto en la actividad de distribución

15

Determinar qué se considera distribución de seguros tanto a nivel europeo como internacional



16

Identificar cuáles son los principales operadores que participan en la actividad de distribución

18

Desarrollar los aspectos clave de la función de cumplimiento normativo

19

Identificar los estándares internacionales en materia de cumplimiento normativo

17

Examinar la importancia de las medidas de protección al consumidor

20

Concretar las interrelaciones entre la función de cumplimiento normativo y el resto de las organizaciones

05

Competencias

Con este Máster Título Propio el profesional en negocios adquirirá un conocimiento especializado en seguros, desarrollará habilidades de administración y liderazgo, y fortalecerá su pensamiento analítico y capacidad de resolución de problemas. Estas competencias le permitirán desempeñarse de manera efectiva en roles relacionados con la dirección y gestión en el sector asegurador, abriendo oportunidades de crecimiento laboral y desarrollo en su carrera.





“

Dominarás las estrategias y herramientas necesarias para garantizar la solvencia y estabilidad de las compañías”

01

Examinar la figura del oficial de cumplimiento

02

Evaluar las tendencias actuales en materia de cumplimiento

03

Determinar las peculiaridades de la función de cumplimiento en los sectores regulados

04

Compilar las principales materias que no deben faltar en un programa de cumplimiento

05

Desarrollar las habilidades financiero-contables de los alumnos para la interpretación y valoración de empresas del sector asegurador



06

Examinar la normativa que aplica a las empresas del seguro desde el punto de vista local e internacional

08

Identificar diferentes metodologías de medida y gestión del riesgo

09

Medir y gestionar los riesgos a los que se enfrenta una compañía de seguros en su día a día

07

Proponer al alumno las herramientas informáticas necesarias para la realización de diferentes cálculos financiero-contables

10

Examinar la importancia del entendimiento del sistema de gobierno para garantizar la gestión prudente de la actividad aseguradora

11

Fundamentar la monitorización del proceso e interacción con los datos, la disponibilidad y suficiencia de éstos y los procesos de control, partiendo de la normativa vigente y de la opinión y estándares de las instituciones internacionales

12

Desarrollar conocimiento especializado sobre las áreas afectadas como Contabilidad, Financiero, Técnico-Actuarial, IT, obteniendo un carácter multidisciplinar y global, que incluye las tareas, límites y responsabilidades básicas vinculadas

13

Examinar las obligaciones generales de información en la comercialización de productos de seguros

14

Proporcionar conocimientos en materia de transmisión de la información, así como en el desarrollo de una publicidad adecuada y veraz



15

Identificar posibles riesgos que pueden surgir durante el proceso de comercialización

16

Conocer el ciclo de vida del producto y su gobierno

17

Desarrollar conocimiento especializado sobre el Impuesto sobre Sociedades (IS) para el sector asegurador derivado de una adaptación sectorial del PGC y analizar las partidas fundamentales para optimizar y monetizar la fiscalidad de una entidad aseguradora

18

Determinar los hot topics a revisar y planificar la imposición directa que grava los beneficios que generan las entidades aseguradoras, tanto con presencia nacional, como internacional



06

Estructura y contenido

El MBA en Dirección de la Industria Aseguradora cuenta con un contenido que se centra en temas de gran relevancia relacionados con la regulación, provisiones técnicas, cálculo actuarial, nuevas tendencias en la industria aseguradora y fiscalidad en el sector. En este sentido el profesional en negocios se encontrará con las regulaciones en el sector asegurador, sus aspectos legales, el riesgo y la fiscalidad, y un sinnúmero de conceptos fundamentales que le harán un experto en la materia una vez finalice el programa.



“

*Un plan de estudios hecho a tu medida
y diseñado bajo la metodología pedagógica
más efectiva, el Relearning”*

Plan de estudios

Una de las principales novedades de este máster es la inclusión de la materia fiscal, así como la importancia de la solvencia y la ciberseguridad en la industria aseguradora. Además, se imparten casos prácticos de alcance internacional, lo que lo convierte en un contenido de excelencia. Esta titulación se ofrece en un formato 100% en línea y dispondrá de una gran biblioteca de recursos multimedia como lo son los resúmenes interactivos y lecturas especializadas. Adicionalmente, da total libertad para acceder desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

A lo largo de 12 meses esta titulación crea una experiencia didáctica única y efectiva que sustenta las bases para un futuro prometedor y exitoso en la Dirección de la Industria Aseguradora. De esta manera, abarcará una amplia gama de temas relevantes en este gremio a nivel internacional. En este sentido, el alumno analizará el seguro como actividad regulada en el exterior y considerará el contexto mundial, lo que permitirá comprender las bases legales que sustentan esta actividad.

También abordará la relación entre el seguro y riesgo, explorando cómo este sector evalúa, gestiona y asume los riesgos asociados a las pólizas. De igual manera, ahondará en el cumplimiento normativo y el gobierno corporativo a nivel global, destacando la importancia de la transparencia y la responsabilidad en el sector asegurador.

Es por esto, que se ha diseñado un plan exclusivo que se adaptará a los objetivos profesionales y que impulsará al estudiante a la excelencia en el campo de los seguros. El programa ofrecerá un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y sumado al método del Relearning, que le permitirá al profesional comprender conceptos complejos en menos tiempo y con más eficiencia.

Este Máster Título Propio se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 15 módulos:

Módulo 1	El Seguro como Actividad Regulada en el ámbito internacional
Módulo 2	Aspectos legales del seguro. contexto internacional
Módulo 3	El Seguro y el Riesgo
Módulo 4	Distribución del Seguro
Módulo 5	Cumplimiento normativo y Gobierno Corporativo Internacional
Módulo 6	Composición del balance económico bajo la normativa de Solvencia II
Módulo 7	Solvencia II: la gestión prudente de la actividad aseguradora
Módulo 8	El Riesgo de Conducta y Supervisión en la Industria Aseguradora
Módulo 9	Fiscalidad en la Industria Seguradora. Impuestos Directos
Módulo 10	Fiscalidad en la Industria Aseguradora. Impuestos Indirectos
Módulo 11	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 12	Dirección de Personas y Gestión del Talento
Módulo 13	Dirección Económico-Financiera
Módulo 14	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
Módulo 15	<i>Management Directivo</i>



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Dirección de la Industria Aseguradora 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. El Seguro como Actividad Regulada en el ámbito internacional

<p>1.1. Régimen de Implementación de Aseguradoras Comunitarias en otros países dentro de la Unión Europea: Estado miembro de origen, Estado miembro de acogida</p> <p>1.1.1. Libre prestación de servicios 1.1.2. Derecho de establecimiento 1.1.3. Agencia de suscripción</p>	<p>1.2. Obligaciones de las entidades aseguradoras</p> <p>1.2.1. Representación permanente en estado de acogida 1.2.2. Servicio de atención al cliente 1.2.3. Servicio de defensa al cliente</p>	<p>1.3. Función del órgano supervisor del Estado de origen</p> <p>1.3.1. Función supervisora 1.3.2. Función sancionadora 1.3.3. Función de control</p>	<p>1.4. Función del órgano supervisor del Estado de acogida</p> <p>1.4.1. Función supervisora 1.4.2. Función sancionadora 1.4.3. Función de control</p>
<p>1.5. Régimen de entidades aseguradoras de terceros países en la Unión Europea</p> <p>1.5.1. Establecimiento permanente 1.5.2. Libre prestación de servicios 1.5.3. Agencia de suscripción</p>	<p>1.6. Régimen de funcionamiento de aseguradoras Comunitarias en terceros países</p> <p>1.6.1. Establecimiento permanente 1.6.2. Libre prestación de servicios 1.6.3. Agencia de suscripción</p>	<p>1.7. Régimen especial seguro de autos</p> <p>1.7.1. Obligaciones estado de acogida 1.7.2. Representación 1.7.3. Gestión de siniestros</p>	<p>1.8. Ofesauto y Organismos equivalentes de Terceros Países</p> <p>1.8.1. Organización 1.8.2. Competencias 1.8.3. Funcionamiento</p>
<p>1.9. Contratos de seguros y cláusulas de jurisdicción</p> <p>1.9.1. Jurisdicción 1.9.2. Competencia 1.9.3. Normas de conflicto</p>	<p>1.10. Sistemas de resolución de conflictos</p> <p>1.10.1. Mediación 1.10.2. Arbitraje 1.10.3. Convenios de colaboración</p>		

Módulo 2. Aspectos legales del seguro. Contexto internacional

<p>2.1. El Contrato de Seguro. Particularidades</p> <p>2.1.1. Objeto del contrato, onerosidad y aleatoriedad</p> <p>2.1.2. Partes del contrato y otros intervinientes</p> <p>2.1.3. Onerosidad, consensualidad y tracto sucesivo</p>	<p>2.2. Los ramos de seguro</p> <p>2.2.1. Criterios internacionales de definición</p> <p>2.2.2. Ramos de seguros de vida</p> <p>2.2.3. Ramos de seguros distintos del de vida</p>	<p>2.3. El marco regulatorio en materia de seguros: Europa, América y Asia Pacífico</p> <p>2.3.1. Principios y estándares IAIS</p> <p>2.3.2. Visión global del avance regulatorio: requerimientos cuantitativos y cualitativos</p> <p>2.3.3. Evolución de los requerimientos en materia de gobernanza</p>	<p>2.4. Legislación internacional de control de la actividad aseguradora</p> <p>2.4.1. Organismos Internacionales de Supervisión y Control</p> <p>2.4.2. Autoridades de Supervisión: Competencias y coordinación en un entorno global</p> <p>2.4.3. Aspectos normativos clave en materia de control y vigilancia</p>
<p>2.5. Protección de datos de carácter personal</p> <p>2.5.1. Modelos de regulación de la privacidad: Europa, América y Asia-Pacífico</p> <p>2.5.2. Impacto global del Reglamento Europeo de Protección de Datos</p> <p>2.5.3. Entorno físico y entorno digital</p>	<p>2.6. Prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo</p> <p>2.6.1. Normativa de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo</p> <p>2.6.2. Recomendaciones del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI/FATF)</p> <p>2.6.3. Países de Alto Riesgo</p>	<p>2.7. Prevención del fraude</p> <p>2.7.1. Tipología de fraude. Concepto</p> <p>2.7.2. Elementos de los sistemas de gestión de fraude</p> <p>2.7.3. Regulación sectorial en materia de fraude</p>	<p>2.8. Evolución y perspectivas en torno a los nuevos riesgos y la sostenibilidad: Ética y responsabilidad en la actividad aseguradora</p> <p>2.8.1. De RSC a ESG</p> <p>2.8.2. Nuevos paradigmas en materia de sostenibilidad y riesgo</p> <p>2.8.3. Evolución de los requerimientos normativos en el ámbito internacional</p>
<p>2.9. Ciberresiliencia, gobernanza y seguridad de las TIC</p> <p>2.9.1. Seguridad de redes y sistemas de Información: Evolución normativa</p> <p>2.9.2. El impacto de las aseguradoras en los niveles de Ciberresiliencia</p> <p>2.9.3. Marco de gobernanza de la ciberseguridad</p>	<p>2.10. Protección al consumidor. Obligaciones de transparencia y divulgación de la información</p> <p>2.10.1. Directrices de Naciones Unidas para la protección del Consumidor</p> <p>2.10.2. Transparencia y divulgación de información: Evolución normativa</p> <p>2.10.3. Comercio electrónico y venta a distancia</p>		

Módulo 3. El Seguro y el Riesgo

3.1. El Riesgo y su papel en la actividad aseguradora

- 3.1.1. El Riesgo. Contextualización
- 3.1.2. El Riesgo en la Actividad Aseguradora
- 3.1.3. Conductas frente al Riesgo

3.2. El Riesgo Asegurable

- 3.2.1. Condiciones para que un Riesgo sea Asegurable
- 3.2.2. Clasificación de Riesgos
- 3.2.3. Selección y Vigilancia de Riesgos

3.3. Distribución del Riesgo entre aseguradoras

- 3.3.1. Distribución del Riesgo
- 3.3.2. El Reaseguro
- 3.3.3. El Coaseguro

3.4. La Actividad Aseguradora

- 3.4.1. Ciclo de la Actividad aseguradora
- 3.4.2. Elementos de la Actividad Aseguradora
- 3.4.3. Resultado o Margen de Beneficio en el Negocio Asegurador

3.5. La Industria Aseguradora y el Control de su Actividad

- 3.5.1. Función económica y social del Seguro
- 3.5.2. Control de la Actividad Aseguradora
- 3.5.3. Objetivos del Control

3.6. Evolución de la Normativa en materia de Solvencia

- 3.6.1. Concepto de Solvencia. Importancia en el Sector Asegurador
- 3.6.2. Evolución Normativa Comunitaria
- 3.6.3. Normativa de Solvencia en Terceros Países

3.7. Solvencia II y Riesgo

- 3.7.1. Valoración del Riesgo Cuantitativo
- 3.7.2. Valoración del Riesgo Cualitativo
- 3.7.3. Información y Transparencia al Mercado

3.8. La Gestión del Riesgo como elemento clave en las Entidades Aseguradoras

- 3.8.1. Sistemas de Gestión de Riesgos
- 3.8.2. Proceso de Gestión de Riesgos
- 3.8.3. La Gestión de Riesgos en la Actividad Aseguradora. Relevancia

3.9. La Gestión del Riesgo y su Rol en la Transformación Digital

- 3.9.1. Transformación Digital. Contextualización
- 3.9.2. Transformación Digital en la Actividad Aseguradora
- 3.9.3. Transformación Digital y la Gestión de Riesgos

3.10. Riesgos emergentes en la Actividad Aseguradora

- 3.10.1. Ciberriesgos
- 3.10.2. Riesgos ESG
- 3.10.3. Otros riesgos emergentes

Módulo 4. Distribución del Seguro**4.1. Análisis del sector asegurador: Cifras**

- 4.1.1. El mercado global de seguros
- 4.1.2. El negocio asegurador
- 4.1.3. La supervisión de seguros

4.2. Regulación de la actividad de Distribución

- 4.2.1. La regulación a nivel global
- 4.2.2. La regulación en las diferentes Jurisdicciones internacionales
- 4.2.3. Instituciones supervisoras

4.3. Actividad de Distribución

- 4.3.1. Qué es distribución
- 4.3.2. Qué no es distribución
- 4.3.3. Distribución en el ámbito internacional

4.4. Tipos de distribuidores

- 4.4.1. Distribuidores en la UE
- 4.4.2. Distribuidores fuera de la UE
- 4.4.3. Mención especial a los OBS (Operadores de Banca Seguros)

4.5. Requisitos para el acceso a la actividad de distribución, obligaciones y Registro administrativo

- 4.5.1. Requisitos de acceso a la actividad de distribución
- 4.5.2. Obligaciones aplicables
- 4.5.3. Registro administrativo

4.6. Información a suministrar al cliente y gobernanza de producto

- 4.6.1. Deberes generales de información al cliente
- 4.6.2. Deberes específicos de información: criterios de sostenibilidad y Greenwashing
- 4.6.3. Deber de prevención de conflictos de interés

4.7. Defensa del consumidor

- 4.7.1. Marco legal de la defensa del consumidor financiero
- 4.7.2. Planes de acción a nivel global
- 4.7.3. Planes de acción en las diferentes Jurisdicciones internacionales

4.8. Actividad transfronteriza

- 4.8.1. Actividad dentro de la UE en Derecho de establecimiento
- 4.8.2. Actividad dentro de la UE en Libre prestación de servicios
- 4.8.3. Actividad fuera de la UE

4.9. Formación del distribuidor

- 4.9.1. Requisitos
- 4.9.2. Objetivos de la formación
- 4.9.3. Formación a nivel internacional

4.10. Supervisión de los distribuidores

- 4.10.1. Autoridades de supervisión
- 4.10.2. Tipos de supervisión
- 4.10.3. Control Administrativo

Módulo 5. Cumplimiento Normativo y Gobierno Corporativo Internacional

5.1. Cumplimiento Normativo

- 5.1.1. Cumplimiento normativo
- 5.1.2. Orígenes y evolución del cumplimiento normativo
- 5.1.3. El futuro del cumplimiento normativo

5.2. Cumplimiento y Gobierno Corporativo

- 5.2.1. Gobierno Corporativo
- 5.2.2. Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20
- 5.2.3. La responsabilidad de los Consejos de Administración

5.3. Estándares internacionales en materia de cumplimiento normativo

- 5.3.1. La actividad internacional de estandarización
- 5.3.2. ISO 19600 e ISO 37001
- 5.3.3. La estructura de alto nivel de los sistemas de gestión

5.4. La función de cumplimiento en las organizaciones

- 5.4.1. La función, su necesidad y la relación con otras áreas
- 5.4.2. Beneficios y problemáticas
- 5.4.3. Externalización de la función

5.5. La figura del Oficial de Cumplimiento

- 5.5.1. El oficial de cumplimiento en el organigrama empresarial
- 5.5.2. Independencia, imparcialidad y determinación de funciones
- 5.5.3. La responsabilidad del oficial de cumplimiento

5.6. Materias de cumplimiento (I). Prevención del blanqueo de capitales

- 5.6.1. Responsabilidad penal de las personas jurídicas. Perspectiva internacional
- 5.6.2. Políticas anticorrupción. Guía de buenas prácticas OCDE
- 5.6.3. Prevención del blanqueo de capitales

5.7. Materias de cumplimiento (II). Seguridad de la Información

- 5.7.1. Seguridad de la información
- 5.7.2. Modelo BYOD vs control empresarial del uso de los recursos tecnológicos
- 5.7.3. Sociedad de la información

5.8. Materias de cumplimiento (III). Propiedad Intelectual

- 5.8.1. Privacidad y protección de datos
- 5.8.2. Propiedad intelectual
- 5.8.3. Protección de secretos empresariales

5.9. Estándares y acuerdos de nivel de servicio

- 5.9.1. Estándares y Organismos de Normalización
- 5.9.2. Implantación y beneficios de los Estándares
- 5.9.3. Los acuerdos de nivel de servicio (SLA)

5.10. Cumplimiento normativo en los sectores regulados

- 5.10.1. Sector regulado y enfoque internacional
- 5.10.2. Sector financiero
- 5.10.3. Sector asegurador

Módulo 6. Composición del Balance Económico bajo la Normativa de Solvencia II

6.1. Solvencia II

- 6.1.1. Proceso de definición de Solvencia II
- 6.1.2. Comparativa Solvencia I vs. Solvencia II
- 6.1.3. Ámbito de aplicación
- 6.1.4. Estructuración solvencia II
- 6.1.5. Medidas de transición a Solvencia II
- 6.1.6. Revisión normativa solvencia II

6.2. Balance económico: Activo

- 6.2.1. Valoración del activo. (NIIF13)
- 6.2.2. Activos intangibles
- 6.2.3. Arrendamiento financiero y operativo
- 6.2.4. Activos materiales
- 6.2.5. Inversiones
- 6.2.6. Matching adjustment y Portfolio replicante

6.3. Balance económico: Pasivo

- 6.3.1. Provisiones técnicas. Separación por LOB
- 6.3.2. Cálculo del pasivo: as a whole vs. mejor estimación
- 6.3.3. Cálculo del valor actual de las provisiones

6.4. Balance económico: Patrimonio neto

- 6.4.1. Valoración del Patrimonio Neto: Fondos propios básicos
- 6.4.2. Valoración del Patrimonio Neto: Fondos propios complementarios
- 6.4.3. Calidad de los fondos propios Tier patrimonio
- 6.4.4. Capital mínimo de Solvencia II (MCR)
- 6.4.5. Mapa de riesgos. Fórmula estándar vs. Modelo interno/parcial

6.5. Riesgo de suscripción vida

- 6.5.1. Riesgo de suscripción en seguros de vida
- 6.5.2. Riesgo de suscripción en seguros de decesos
- 6.5.3. Riesgo de suscripción en seguros de salud (técnicas de vida)

6.6. Riesgo de mercado

- 6.6.1. El riesgo de mercado
- 6.6.2. Riesgo de tipos de interés
- 6.6.3. Riesgo de renta variable
- 6.6.4. Riesgo de inmuebles
- 6.6.5. Riesgo de spread
- 6.6.6. Riesgo de concentración
- 6.6.7. Riesgo de divisas

6.7. Riesgo de suscripción no vida

- 6.7.1. Riesgo de suscripción en no vida: Prima y reserva; caída y catastrófico
- 6.7.2. Riesgo de suscripción en seguros de salud (técnicas de no vida)
- 6.7.3. USP: Parámetros propios

6.8. Riesgo operacional, riesgo de crédito y cálculo del BSCR

- 6.8.1. El Riesgo operacional
- 6.8.2. Métodos de cálculo del riesgo operacional
- 6.8.3. Introducción al riesgo de crédito
- 6.8.4. Métodos de cálculo del riesgo operacional
- 6.8.5. Matriz global de agregación de riesgos BSCR

6.9. SCR entre grupos: situación financiera

- 6.9.1. Entidad participante
- 6.9.2. Entidad vinculada
- 6.9.3. Grupos sujetos a supervisión
- 6.9.4. Métodos de consolidación y cálculo de la solvencia del grupo

6.10. Nueva normativa: IFRS 17

- 6.10.1. Niif 17
- 6.10.2. Método BBA
- 6.10.3. Método VFA
- 6.10.4. Método PAA
- 6.10.5. Transición

Módulo 7. Solvencia II: Gestión Privada de la Actividad Aseguradora

7.1. Sistema de Gobernanza y de Gestión de Riesgos

- 7.1.1. Aptitud y honorabilidad
- 7.1.2. Conflicto de interés
- 7.1.3. Sistema de gestión de riesgos

7.2. Evaluación interna de los Riesgos y de la Solvencia (ORSA)

- 7.2.1. Proceso ORSA
- 7.2.2. Riesgos significativos: Prueba de Tensión y análisis de escenario
- 7.2.3. Descripción y contenidos del informe ORSA

7.3. Apetito y Tolerancia al Riesgo

- 7.3.1. Consideraciones para la determinación del apetito de riesgo
- 7.3.2. Metodología
- 7.3.3. Marcos de Referencia

7.4. Control interno y Auditoría Interna

- 7.4.1. Sistema de control interno
- 7.4.2. Función de auditoría interna
- 7.4.3. Mapa de Riesgos

7.5. Función Actuarial

- 7.5.1. Estructura Organizativa
- 7.5.2. Líneas de defensa
- 7.5.3. Alcance de la función actuarial

7.6. Informe sobre la Situación Financiera y de Solvencia

- 7.6.1. Sistema de Gobierno
- 7.6.2. Perfil de Riesgo
- 7.6.3. Valoración a efectos de solvencia y Gestión de capital

7.7. Informe periódico de supervisión

- 7.7.1. Alcance
- 7.7.2. Objetivos
- 7.7.3. Riesgos previstos en el futuro

7.8. Modelos de Informes Cuantitativos–Trimestral

- 7.8.1. Información necesaria para la supervisión
- 7.8.2. Taxonomía
- 7.8.3. Periodicidad

7.9. Modelos de Informes Cuantitativos–Anual

- 7.9.1. Información necesaria para la supervisión
- 7.9.2. Taxonomía
- 7.9.3. Periodicidad

7.10. Modelos Internos. Otras consideraciones

- 7.10.1. Modelos internos
- 7.10.2. Empresas Cautivas
- 7.10.3. Revisión de las normas de la UE en materia de seguros

Módulo 8. El Riesgo de Conducta y Supervisión en la Industria Aseguradora

<p>8.1. Principios generales de actuación y obligaciones generales de Información</p> <p>8.1.1. Principios generales y deberes de información 8.1.2. Información a proporcionar por una entidad aseguradora 8.1.3. Información a proporcionar por un mediador de seguros</p>	<p>8.2. Normativa en materia de información y normas de conducta</p> <p>8.2.1. Normativa aplicable a la comercialización de instrumentos financieros 8.2.2. Normativa Comunitaria en materia de información y normas de conducta 8.2.3. Normativa Internacional, aproximación y ejemplos</p>	<p>8.3. Información previa a la contratación</p> <p>8.3.1. Clases de ventas 8.3.2. Seguro distinto al seguro de vida 8.3.3. Seguro de vida</p>	<p>8.4. Información previa a la contratación de productos de inversión basados en seguros</p> <p>8.4.1. Los productos de inversión basados en seguros 8.4.2. Información sobre productos de inversión basados en seguros 8.4.3. Clases de ventas</p>
<p>8.5. Modalidades de transmisión de la información</p> <p>8.5.1. Requisitos generales 8.5.2. La comercialización a distancia 8.5.3. Requisitos especiales aplicables a productos de inversión basados en seguros</p>	<p>8.6. Publicidad en Operaciones de Seguros</p> <p>8.6.1. Principios generales y reserva de denominación 8.6.2. Publicidad de entidades aseguradoras 8.6.3. Publicidad de corredores de seguros</p>	<p>8.7. Conflictos de interés en la Distribución de Seguros</p> <p>8.7.1. Detección del conflicto de interés 8.7.2. Política en materia de conflictos de interés 8.7.3. Procedimientos de actuación</p>	<p>8.8. Remuneración e incentivos</p> <p>8.8.1. Principio general 8.8.2. Concepto de remuneración 8.8.3. Remuneración e incentivos en el caso de productos de inversión basados en seguros</p>
<p>8.9. La venta conjunta con productos no aseguradores</p> <p>8.9.1. Práctica de ventas combinadas y vinculadas: deberes de información 8.9.2. Ventas combinadas 8.9.3. Ventas vinculadas</p>	<p>8.10. Ciclo de vida y gobernanza del producto</p> <p>8.10.1. Diseñador de productos de seguros 8.10.2. Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores. Ciclo de vida del producto 8.10.3. Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores</p>		

Módulo 9. Fiscalidad en la Industria Aseguradora. Impuestos Directos

9.1. Imposición Directa

- 9.1.1. Impuestos que componen la imposición directa
- 9.1.2. Imposición directa como creación de valor sostenible (ESG)
- 9.1.3. Normativa general y específica para la imposición directa

9.2. Tributación de las entidades aseguradoras

- 9.2.1. Tributación de las Entidades Aseguradoras. Conceptos clave
- 9.2.2. Especialidades para las entidades aseguradoras
- 9.2.3. Declaración en un grupo de consolidación fiscal con dominante entidad aseguradora

9.3. Contabilidad: Plan de contabilidad de las entidades aseguradoras/IFS

- 9.3.1. Adaptación sectorial
- 9.3.2. Estados financieros y volumen de primas
- 9.3.3. Reflejo en la liquidación del Impuesto sobre Sociedades

9.4. Impuesto sobre Sociedades I–Tributación internacional

- 9.4.1. Ajustes a la base imponible: provisiones técnicas
- 9.4.2. Compensación de bases imponibles negativas: Grupo Fiscal
- 9.4.3. Reserva de capitalización

9.5. Impuesto sobre Sociedades II–Tributación internacional

- 9.5.1. Determinación de la cuota íntegra
- 9.5.2. Deducciones y bonificaciones
- 9.5.3. Límites de deducción y compensaciones a futuro

9.6. Modelo 200 y 220 y equivalentes en otras jurisdicciones

- 9.6.1. Especialidades del Modelo
- 9.6.2. Anexos y declaraciones complementarias
- 9.6.3. Plazos y presentación

9.7. Inversiones en AIEs

- 9.7.1. Relación con la industria aseguradora
- 9.7.2. Consultas tributarias relacionadas
- 9.7.3. Retorno y aspectos específicos a tener en cuenta

9.8. Otra imposición directa

- 9.8.1. Especialidades de los pagos fraccionados del IS
- 9.8.2. Reestructuraciones empresariales
- 9.8.3. Valor de referencia para otros impuestos directos

9.9. Reporting: relación con imposición directa

- 9.9.1. SII
- 9.9.2. Country by Country report
- 9.9.3. DAC6

9.10. Inspecciones de IS. Aspectos clave

- 9.10.1. Aspectos clave en inspecciones de IS
- 9.10.2. Operaciones vinculadas
- 9.10.3. La tributación directa en el mundo. Novedades Ejercicio 2023

Módulo 10. Fiscalidad. Impuestos Indirectos**10.1. Normativa Comunitaria. Origen de la exención**

- 10.1.1. Impuesto sobre el Valor Añadido en la Unión Europea
- 10.1.2. Directiva 2006/112/CE
- 10.1.3. Impacto de la exención

10.2. Limitaciones en la deducción del Impuesto Indirecto según país

- 10.2.1. El Impuesto Indirecto como coste
- 10.2.2. Prorrata y sectores diferenciados
- 10.2.3. Deducción mínima

10.3. Agrupaciones Europeas de Interés Económico (AIE)

- 10.3.1. La AEIE
- 10.3.2. Las AEIEs en el sector asegurador
- 10.3.3. Exención en el IVA y su evolución en el Entorno Comunitario

10.4. Sucursalización en la Industria Aseguradora

- 10.4.1. Filial vs Sucursal
- 10.4.2. Operaciones matrices-sucursal
- 10.4.3. Riesgos prácticos

10.5. Régimen Especial del Grupo de Entidades (REGE)

- 10.5.1. El REGE
- 10.5.2. El REGE en el sector asegurador
- 10.5.3. REGE vs. AEIE (Agrupación europea de Interés económico)

10.6. El renting y el seguro

- 10.6.1. Sentencia del TJUE BGŻ Leasing-Asunto C-224/11
- 10.6.2. El renting como contrato de naturaleza compleja
- 10.6.3. Fórmulas de seguro en el renting

10.7. El autoseguro

- 10.7.1. Elementos del seguro
- 10.7.2. Aproximación a la figura del autoseguro
- 10.7.3. Autoseguro y renting

10.8. Gestión Internacional de los siniestros

- 10.8.1. La gestión como parte de la mediación
- 10.8.2. Evolución en su tratamiento a efectos del IVA
- 10.8.3. Siniestros transfronterizos y corresponsales

10.9. Contact Center, Colaboradores externos y mediadores

- 10.9.1. Contact Center, Colaboradores externos y mediadores. Funciones
- 10.9.2. Evolución en su tratamiento a efectos del Impuesto
- 10.9.3. Riesgos prácticos

10.10. Impuesto sobre las primas de seguros (IPS) en Europa

- 10.10.1. El IPS en Europa. Concepto
- 10.10.2. Puntos de Conexión en cuanto a Reglas de Localización
- 10.10.3. Tipos impositivos en Europa

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

11.1. Globalización y Gobernanza

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

11.2. Liderazgo

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

11.3. Cross Cultural Management

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

11.4. Desarrollo directivo y liderazgo

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

11.5. Ética empresarial

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

11.6. Sostenibilidad

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

11.7. Responsabilidad Social de la Empresa

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

11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

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

11.9. Multinacionales y derechos humanos

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

11.10. Entorno legal y Corporate Governance

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

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

12.1. Dirección Estratégica de personas

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

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias

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

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

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

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas

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

12.5. Motivación

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

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño

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

12.7. Gestión del cambio

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

12.8. Negociación y gestión de conflictos

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

12.9. Comunicación directiva

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

12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento

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

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

13.1. Entorno Económico

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

13.2. Contabilidad Directiva

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

13.3. Sistemas de información y Business Intelligence

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

13.4. Presupuesto y Control de Gestión

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

13.5. Dirección Financiera

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

13.6. Planificación Financiera

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

13.7. Estrategia Financiera Corporativa

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

13.8. Financiación Estratégica

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

13.9. Análisis y planificación financiera

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

13.10. Análisis y resolución de casos/problemas

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico**14.1. Dirección comercial**

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

14.2. Marketing

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

14.3. Gestión Estratégica del Marketing

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

14.4. Marketing digital y comercio electrónico

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

14.5. Marketing digital para reforzar la marca

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

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

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

14.7. Gestión de campañas digitales

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

14.8. Estrategia de ventas

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

14.9. Comunicación Corporativa

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

14.10. Comunicación y reputación digital

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

Módulo 15. Management Directivo

15.1. General Management

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

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 personal
- 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



“

Las lecturas especializadas serán parte de los recursos multimedia con los que analizarás el balance económico bajo la normativa de Solvencia II”

07

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil de nuestros alumnos

El Máster Título Propio está dirigido a Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de las Finanzas, Negocios, Economía e Informática.

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

También podrán realizar el Máster Título Propio los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo Asegurador.





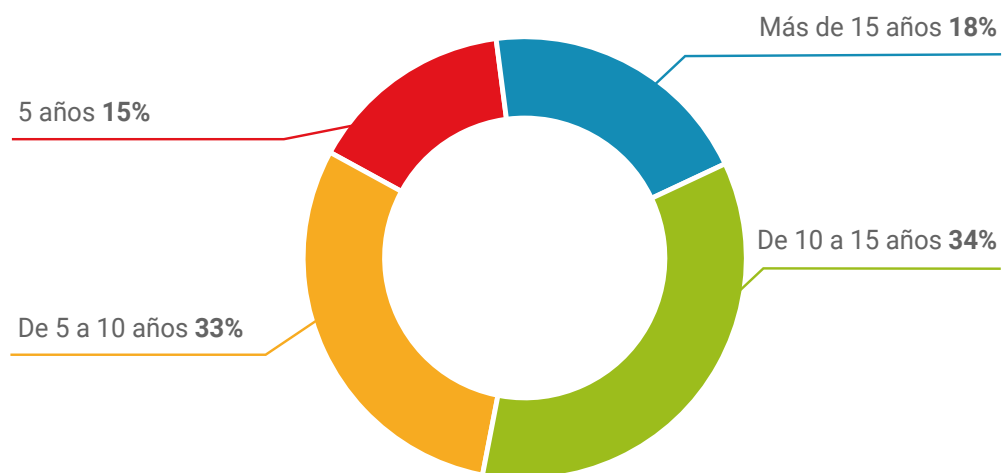
“

Obtendrás las habilidades necesarias para tomar decisiones estratégicas y garantizar el éxito empresarial”

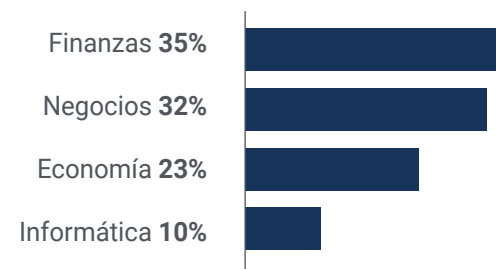
Edad media

Entre **35** y **45** años

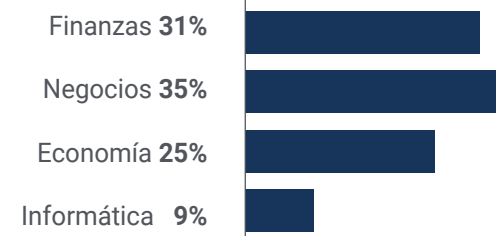
Años de experiencia



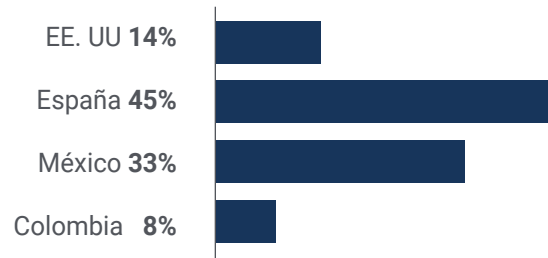
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Santiago Ramírez

Analista de riesgo en una entidad bancaria

“La experiencia ha sido realmente enriquecedora y útil, ya que tuve la oportunidad de adquirir conocimientos especializados en la industria aseguradora y fortalecer mis habilidades profesionales. He podido compaginar mi trabajo con este máster y me ha resultado ameno, ya que combina teoría con otros formatos”

09

Dirección del curso

Con el compromiso de brindar una educación de excelencia, TECH ha reunido a un equipo docente de primer nivel para este programa. Esto les asegurará a los estudiantes el acceso a una enseñanza diseñada por expertos reconocidos, con una amplia experiencia en el campo de los Seguros, la Asesoría Fiscal y el Derecho. De esta forma, los alumnos podrán confiar en recibir una titulación de alta calidad que los impulsará a destacarse y avanzar rápidamente en su carrera profesional.





“

Descubrirás los secretos de la distribución efectiva en seguros y maximiza tu potencial profesional, gracias a TECH”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

- Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal 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”

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



Dña Cano Guerrero, Yolanda

- ♦ Socia Responsable del área de IVA y VATech en BLN Palao
- ♦ Responsable Especializada en el Sector Financiero, Banca, Seguros, Activos y Gestión de Activos
- ♦ Consultora Estratégica en el ámbito del IVA. Proyectos de optimización y remediación de riesgos
- ♦ Especialista en DAC7 y PSP reporting
- ♦ Experta en Procedimientos de Inspección y Tributarios
- ♦ Licenciada en Derecho, especialidad jurídico-empresarial por la Universidad San Pablo
- ♦ Máster en Asesoría Fiscal para Profesionales por el Instituto de Empresa de Madrid
- ♦ Legal Leadership Development Executive Program por la Harvard Law School
- ♦ Socia de Women in a Legal World

Profesores

D. Cabrerizo Pardo, Jorge

- ♦ Actuario de Seguros en Mapfre
- ♦ Actuario Senior de Vida Solvencia II/IFRS17 en Mapfre
- ♦ Área de desarrollo de negocio Vida Individual en Mapfre
- ♦ Ponente en IV Jornada de Investigación actuarial en ICEA
- ♦ Experto en técnicas de gestión empresarial por la Universidad Francisco de Vitoria
- ♦ Curso superior en Big Data para la dirección de empresas y marketing por el CEF
- ♦ Graduado en Administración y dirección de empresas por la Universidad de Alcalá
- ♦ Postgrado en Solvencia II por la Universitat de Barcelona
- ♦ Máster en Ciencias Actuariales y financieras por la Universidad Carlos III

D. Mendizábal, Germán

- ♦ Inspector de Seguros del Estado en la Subdirección General de Autorizaciones
- ♦ Profesional del Área de Equipos de Inspección de Vida y Pensiones en la Subdirección General de Inspección y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones
- ♦ Profesional del Área de Conductas de Mercado en la Subdirección General de Autorizaciones
- ♦ Encargado del Proceso selectivo para el ingreso en el Cuerpo Superior de Inspectores de Seguros del Estado
- ♦ Licenciado en Economía por la Universidad del País Vasco
- ♦ Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras por la Universidad del País Vasco

Dña. Palacios Barrera, Ana

- ♦ *Risk Manager* en ARAG SE
- ♦ Directora de Auditoría Interna en ARAG SE
- ♦ Inspector de Compañías de Seguros en Superintendencia de Banca y Seguros
- ♦ Licenciada en Económicas por la Universidad de Lima
- ♦ Máster en Dirección y Administración de Empresas MBA en ESADE
- ♦ Máster en Gestión de Riesgos Digitales y Ciberseguridad en *EALDE Business School*
- ♦ Post grado en Control de Gestión Avanzada en ESADE
- ♦ Post grado en Solvencia II en Universidad de Barcelona

D. Corvillo Díaz, Rafael

- ♦ Abogado especializado en el marco jurídico-sanitario
- ♦ Abogado en CORVILLO ABOGADOS, S.L.P.
- ♦ Creador de la herramienta *Ius Pro-Health®*
- ♦ Graduado en Derecho por la Universidad de Extremadura
- ♦ Máster Universitario en Derecho Sanitario por la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Mediador Civil y Mercantil por la UEX

D. Pedrera Rosado, Alejandro

- ♦ Cofundador y Director Legal de Hesperian Wares LLC
- ♦ Representante de Partnerships en Factorial
- ♦ Experto en Digitalización del Derecho
- ♦ Máster de Acceso a la Abogacía por la Universidad de Extremadura
- ♦ Graduado en Derecho por la Universidad de Extremadura

D. Núñez Mejías, José María

- ♦ Abogado y Redactor de artículos jurídicos en Derecho Virtual
- ♦ Jefe de redacción y Guionista de artículos en Derecho Virtual
- ♦ Máster en Abogacía por Universidad de Cáceres
- ♦ Graduado en Derecho por la Universidad de Cáceres

D. Nova Rebanales, Rubén

- ♦ Jefe actuarial en Telefónica Seguros
- ♦ Consultor Actuarial - *Milliman Consultants and Actuaries*
- ♦ Consultor Actuarial en *Mercer del grupo Marsh Mc Lennan Companies*
- ♦ Actuario No Vida en Asemas
- ♦ Controller Financiero del Head Office de Mercure Hotel
- ♦ Analista de datos para Centro de Familias Emprendedoras en Monterrey
- ♦ Vicepresidente de la Federación Nacional de Digitalización y Blockchain
- ♦ Presidente de la Asociación de Actuarios UC3M de la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Formación para directivos en Transformación Digital en el sector asegurador y Riesgos digitales para compañías bancarias y de seguros
- ♦ Graduado en Finanzas y Contabilidad por la Universidad de Extremadura
- ♦ Máster en Ciencias Actuariales y Financieras por la Universidad Carlos III de Madrid

D. Ibáñez Siles, Juan

- ♦ Abogado especializado en Fiscalidad Indirecta en BLN Palao Abogados
- ♦ Técnico Fiscal de Impuestos Especiales en Grupo Mahou- San Miguel
- ♦ Prácticas en Despacho de Abogados Martos, Herreros y Muñoz Abogados, María González Risoto Abogados y Lexer M.C Gestión y Recobros
- ♦ Grado en Derecho por la Universidad de Jaén
- ♦ Máster de Acceso a la Abogacía por la Universidad de Jaén
- ♦ Máster en Asesoría Fiscal por la Universidad Internacional de Rioja
- ♦ Master en Asesoría Fiscal Internacional por el Instituto de Derecho y Economía (ISDE)
- ♦ Miembro de Asociación de Estudiantes de Derecho de Jaén

10

Impacto para tu carrera

Esta titulación tendrá un impacto significativo en la carrera de un profesional en negocios, ya que les abrirá las puertas a oportunidades laborales, promoción, desarrollo de habilidades estratégicas y la construcción de una red de contactos profesionales. Adicionalmente, estará más preparado para asumir roles de mayor jerarquía y responsabilidad en las organizaciones para las cuales trabaje.





“

Desarrollarás habilidades clave para mantener la integridad y la ética en el sector asegurador”

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

El MBA en Dirección de la Industria Aseguradora de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito Asegurador. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

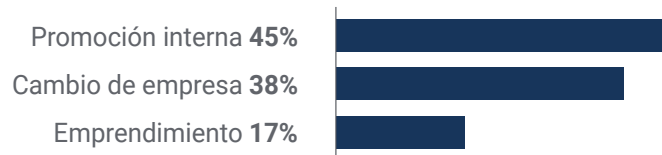
Con TECH, te convertirás en un experto en cumplimiento normativo y gobierno corporativo internacional en el sector asegurador.

No dejes pasar esta oportunidad de especializarte en la industria aseguradora en un formato 1005 online.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **27,19%**



11

Beneficios para tu empresa

El profesional que decida realizar este Máster Título Propio con TECH podrá guiar a la empresa de forma responsable, debido a su papel en la gestión de riesgos, la protección financiera, el cumplimiento normativo, las relaciones con los clientes y la toma de decisiones estratégicas. De igual manera, la gestión eficiente en esta área ayudará a la organización a operar de manera segura, proteger sus activos, cumplir con las regulaciones, satisfacer las necesidades de los clientes y tomar decisiones informadas para su crecimiento y éxito.





“

*Destacarás en el mundo de los seguros y
asegurará un futuro prometedor en esta
industria en constante crecimiento”*

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El MBA en Dirección de la Industria Aseguradora 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”

Este **MBA en Dirección de la Industria Aseguradora** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

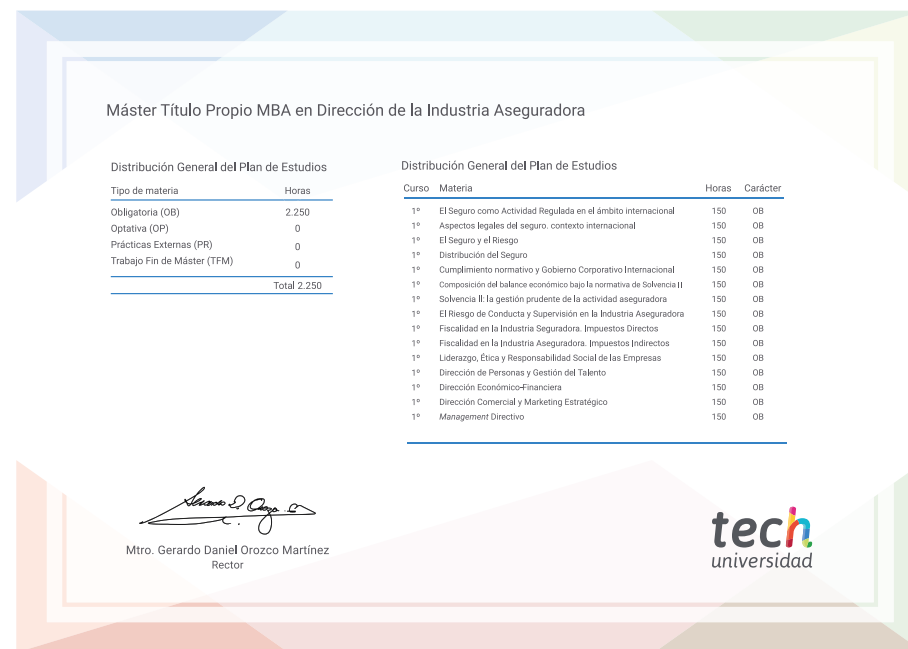
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** 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 la Industria Aseguradora**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **12 meses**



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



Máster Título Propio MBA en Dirección de la Industria Aseguradora

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

MBA en Dirección de la Industria Aseguradora

