

Máster Título Propio

MBA en Dirección de IT
(CTO, Chief Technical Officer)

M B A D I T C T O



tech
universidad



Máster Título Propio MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: Titulados superiores y profesionales con experiencia en áreas tecnológicas

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-it-cto-chief-technical-officer

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 24

07

Metodología

pág. 38

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 46

09

Dirección del curso

pág. 50

10

Impacto para tu carrera

pág. 68

11

Beneficios para tu empresa

pág. 72

12

Titulación

pág. 76

01

Bienvenida

Es imposible entender el mundo de los negocios actuales sin lo que ya es considerada la Cuarta Revolución Industrial o "Industria 4.0". La alta complejidad de procesos como el *machine learning* o la preocupación creciente por las vulnerabilidades de ciberseguridad hacen que sea imprescindible la figura del CTO, Chief Technical Officer, en las organizaciones más importantes. Este directivo de alto nivel debe dominar tanto la dirección tecnológica como la gestión de proyectos IT en todos sus niveles. Por este motivo, el presente programa combina la gestión de equipos y talento de mayor efectividad con la gobernanza digital más ambiciosa y vigente. El directivo tendrá acceso a materiales específicos sobre *Data Hacking*, *community management*, *Business Process Management* y más elementos imprescindibles en el liderazgo del siglo XXI. Todo ello con la ventaja de una metodología 100% online que no requiere sacrificio personal o profesional alguno, pues se han eliminado las clases presenciales y horarios prefijados en busca de la flexibilidad que necesitan los directivos con mayores responsabilidades.



MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer)
TECH Universidad



“

El CTO o Chief Technical Officer es una figura imprescindible para mantenerse en la vanguardia empresarial. Este programa te dará las claves para que te conviertas en un pilar estratégico fundamental”

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 multivideo interactivo.



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

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



Análisis

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



Excelencia académica

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



Economía de escala

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



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

El objetivo principal de este programa es proporcionar al directivo las herramientas, conocimientos y estrategias necesarias para encabezar proyectos tecnológicos con éxito. Así, gracias a lo extenso y detallado de todo el material técnico, podrá egresar de esta titulación con la capacidad de asumir de forma solvente el cargo de CTO, Chief Technical Officer, en instituciones de mayor prestigio y poder económico.



“

El alumno se posicionará como un directivo de vanguardia, profundizando en los modelos de gestión de personas, datos y tecnologías más modernos”

Tus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) capacitará al alumno para:

01

Evaluar la situación, posicionamiento y madurez de las tecnologías de la información en entornos empresariales

03

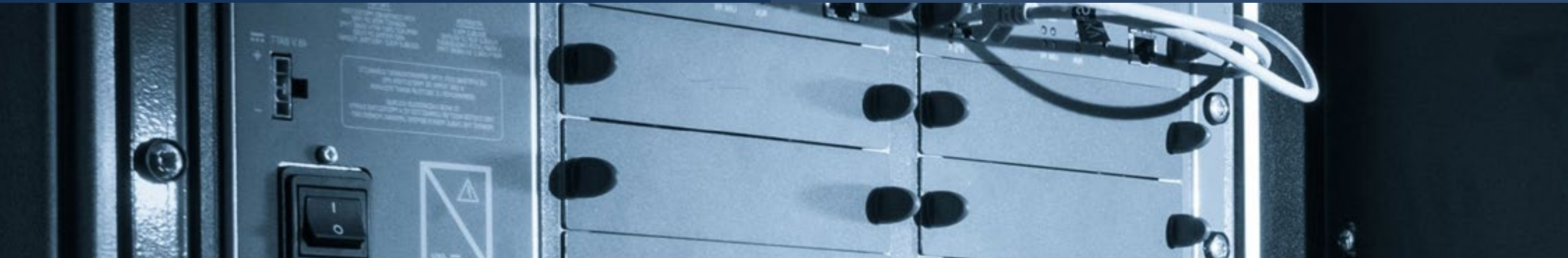
Adoptar modelos de gobierno estratégico de tecnologías de la información, integrados y armonizados en la estrategia y gestión corporativa

02

Desarrollar capacidades directivas y conocimientos necesarios para el liderazgo tecnológico en la organización

04

Implementar métodos para sistematizar los procesos de innovación tecnológica, vinculados a las necesidades de la empresa



05

Desarrollar las actividades de gestión propias de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y de los entornos de I+D+i

07

Analizar el entorno social y económico que rodea la gestión de las TIC y la innovación

06

Participar en proyectos relativos a la gestión de las TIC, y al desarrollo de la innovación y la investigación

08

Aplicar el marco ético, legislativo y deontológico de los profesionales de las TIC y de la gestión de las TIC



09

Desarrollar metodologías de gestión de proyectos IT, controlando la calidad del proceso y producto

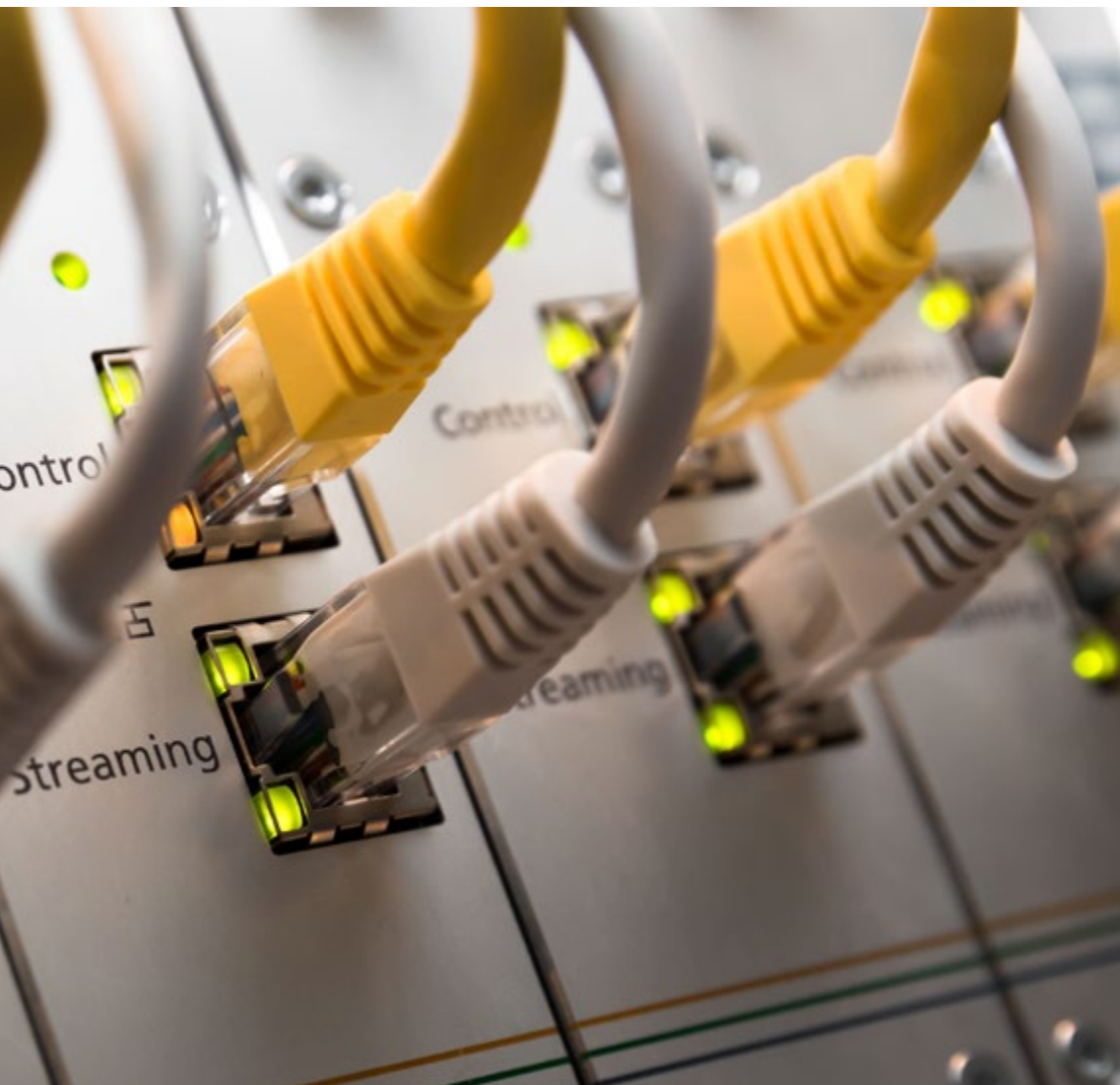
10

Realizar una correcta gestión de equipos que posibilite un mayor rendimiento por parte del personal y, por tanto, mayores beneficios para la empresa

11

Ser capaz de reconocer el talento en la organización





12

Conocer, desarrollar y evaluar todos los procesos de planificación de un proyecto IT

13

Apostar por el I+D+i como elemento esencial para desarrollar nuevos proyectos

14

Comprender la importancia de los social media como herramienta esencial para las campañas de Marketing y publicidad de las compañías

05

Competencias

Para desarrollar las competencias necesarias en el CTO, Chief Technical Officer moderno, esta titulación ahonda en todas las cualidades que debe poseer esta figura directiva de alto nivel. Así, todo el temario abarca no solo la teoría estratégica y tecnológica fundamental, sino también los casos prácticos y ejemplos con las que desarrollarla y contextualizarla en situaciones reales. El directivo egresará teniendo una dominancia total de las destrezas necesarias para desarrollar su trayectoria profesional en las esferas tecnológicas más ambiciosas.



“

Adquiere las competencias necesarias y complementarias para ser una figura de liderazgo ejemplar en el ámbito tecnológico”

01

Utilizar las nuevas tendencias digitales en el marco del desarrollo de los nuevos productos

04

Realizar una correcta planificación estratégica que permita lograr los objetivos de la empresa

02

Llevar a cabo el liderazgo de una compañía especializada en proyectos IT, poniendo el foco en la gestión de equipos y de proyectos

03

Aplicar en la empresa los sistemas y tecnologías de la información más adecuados

05

Aplicar los principios básicos del *Lean Management*

06

Conocer la importancia de las auditorías y las certificaciones en I+D+i

08

Aplicar los social media en el desarrollo de la compañía

09

Tener un amplio conocimiento sobre *Big Data*

07

Buscar y desarrollar una experiencia de usuario óptima, a través de las tecnologías de la información

10

Aplicar una estrategia adecuada para el desarrollo adecuado de una empresa digital



06

Estructura y contenido

Para garantizar la máxima calidad de contenidos, TECH ha reunido a un equipo docente especializado en la materia, poniendo especial énfasis en aquellas áreas que debe desarrollar el CTO, Chief Technical Officer, para triunfar en su ámbito laboral. Por ello, los 10 módulos que componen este programa están enriquecidos con un material multimedia de gran calidad, que incluye video resúmenes, análisis detallados y lecturas complementarias con las que extender cada materia.



“

Todo el plan de estudios está adaptado a los escenarios empresariales más exigentes, dándote la garantía de estar adquiriendo las habilidades del Chief Technical Officer de mayor nivel”

Plan de estudios

El MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer), de TECH Universidad, es un programa intensivo que prepara al directivo para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel tecnológico, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas, que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de este estudio, se analizarán multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, de tal manera que se consigue un aprendizaje profundo y útil para desarrollarse profesionalmente. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa, trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para especializar a directivos que entiendan el desarrollo tecnológico en la organización desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en dos grandes bloques:

- Módulo 1** Gestión del talento y habilidades directivas
- Módulo 2** Dirección tecnológica
- Módulo 3** Planificación estratégica y gestión de proyectos IT
- Módulo 4** Gestión de la innovación
- Módulo 5** Sistemas de seguridad de la información
- Módulo 6** Nuevas tendencias digitales
- Módulo 7** Estrategia de negocio digital
- Módulo 8** Social Media y Community Management
- Módulo 9** *Data Science and Big Data*
- Módulo 10** Diseño web, usabilidad y experiencia de usuario
- 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** *Management Directivo*

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Máster Título Propio MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) 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. Gestión del talento y habilidades directivas

1.1. Desarrollo competencial directivo

- 1.1.1. El liderazgo
- 1.1.2. Inteligencia emocional
- 1.1.3. Organización: áreas, procesos y proyectos

1.2. Gestionando el talento como ventaja competitiva

- 1.2.1. Claves para la gestión positiva
- 1.2.2. Mapa de talento en la organización
- 1.2.3. Coste y valor añadido

1.3. Gestión de equipos

- 1.3.1. Desarrollo de equipos de alto desempeño
- 1.3.2. Los roles de las personas en los grupos
- 1.3.3. Factores personales y motivación para el trabajo exitoso
- 1.3.4. Integrar un equipo de alto desempeño

1.4. Sistemas y cambios organizativos

- 1.4.1. El proceso de transformación
- 1.4.2. Anticipación y acción
- 1.4.3. El aprendizaje organizativo
- 1.4.4. Resistencia al cambio

1.5. Dirección y motivación

- 1.5.1. La naturaleza de la motivación
- 1.5.2. Teoría de las expectativas
- 1.5.3. Teorías de las necesidades
- 1.5.4. Motivación y compensación económica

1.6. Innovación en gestión del talento y las personas

- 1.6.1. Modelos de gestión del talento estratégico
- 1.6.2. Identificación, enseñanza y desarrollo del talento
- 1.6.3. Fidelización y retención
- 1.6.4. Proactividad e innovación

Módulo 2. Dirección tecnológica

2.1. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa

- 2.1.1. Evolución del modelo de IT
- 2.1.2. Organización y Departamento IT
- 2.1.3. Tecnologías de la información y entorno económico

2.2. Posicionamiento IT de la empresa

- 2.2.1. Percepción del valor añadido al negocio
- 2.2.2. Nivel de madurez de la estrategia
- 2.2.3. Gobierno IT y gobierno corporativo

2.3. Desarrollo de capacidades directivas

- 2.3.1. Función Directiva y roles directivos
- 2.3.2. El rol del CIO en la empresa
- 2.3.3. Visión y misión del Director de IT
- 2.3.4. El e-liderazgo y la gestión holística de la innovación

2.4. Capacidades relacionales y políticas

- 2.4.1. Comités de dirección
- 2.4.2. Influencia
- 2.4.3. Stakeholders
- 2.4.4. Gestión de conflictos

2.5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica

- 2.5.1. Creación de valor para clientes y accionistas
- 2.5.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
- 2.5.3. Estrategia corporativa vs. Estrategia tecnológica y digital

2.6. Sistemas de información para la toma de decisiones

- 2.6.1. Business Intelligence
- 2.6.2. Data Warehouse
- 2.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral

Módulo 3. Planificación estratégica y gestión de proyectos IT
3.1. Proceso de planificación estratégica

- 3.1.1. Fases del plan
- 3.1.2. Visión conceptual
- 3.1.3. Organización del trabajo

3.2. Comprensión de la estrategia de negocio

- 3.2.1. Necesidades de información
- 3.2.2. Mapa de procesos
- 3.2.3. Aspiraciones o prioridades de negocio

3.3. Análisis de los SI/TI actuales

- 3.3.1. Análisis del nivel de recursos y gasto/inversión
- 3.3.2. Análisis de la calidad percibida
- 3.3.3. Análisis de aplicaciones e infraestructuras
- 3.3.4. Análisis del entorno y los competidores

3.4. Formulación de la estrategia

- 3.4.1. Aspiraciones y directrices estratégicas del plan
- 3.4.2. El modelo de SI/TI objetivo
- 3.4.3. Iniciativas estratégicas
- 3.4.4. Implicaciones del plan

3.5. Plan de implantación

- 3.5.1. Enfoque de implantación
- 3.5.2. Plan de proyectos

3.6. Proyectos de sistemas de información

- 3.6.1. Planificación de proyectos informáticos
- 3.6.2. Seguimiento y cierre de un proyecto
- 3.6.3. Estrategias de gestión de proyectos

3.7. Gestión de los recursos tecnológicos

- 3.7.1. Oferta tecnológica
- 3.7.2. Gestión de tiempo y costes
- 3.7.3. Gestión ágil de proyectos y productividad

3.8. Lean IT

- 3.8.1. *Lean IT and Lean Thinking*
- 3.8.2. Principios básicos de *Lean Management*
- 3.8.3. Grupos de mejora y resolución de problemas
- 3.8.4. Formas de gestión de mantenimiento y de calidad

Módulo 4. Gestión de la innovación
4.1. Pensamiento creativo: innovación

- 4.1.1. La innovación en la empresa tecnológica
- 4.1.2. Técnicas de fomento de la creatividad
- 4.1.3. Proceso de concepción de ideas innovadoras

4.2. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos

- 4.2.1. Estrategias de innovación
- 4.2.2. Innovación abierta
- 4.2.3. Organizaciones y culturas innovadoras
- 4.2.4. Equipos multifuncionales

4.3. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos

- 4.3.1. Diseño de nuevos productos
- 4.3.2. *Lean Design*
- 4.3.3. Industrialización de nuevos productos
- 4.3.4. Fabricación y montaje

4.4. Sistemas de gestión de la I+D+i

- 4.4.1. Requisitos de un sistema de gestión de la I+D+i
- 4.4.2. Línea de acción, actividad, proceso y procedimiento
- 4.4.3. Marco recomendado para la gestión de la I+D+i

4.5. Auditoría y certificación de la I+D+i

- 4.5.1. Principios básicos de las auditorías de I+D+i
- 4.5.2. Fases de una auditoría de I+D+i
- 4.5.3. Certificaciones en el ámbito de la I+D+i
- 4.5.4. Certificación de sistemas de gestión de la I+D+i

4.6. Herramientas para la gestión de la I+D+i

- 4.6.1. Diagrama causa-efecto para I+D+i
- 4.6.2. Selección ponderada para I+D+i
- 4.6.3. Diagrama de Pareto para I+D+i
- 4.6.4. Matriz de prioridades para I+D+i

4.7. Benchmarking aplicado a I+D+i

- 4.7.1. Tipos de *Benchmarking*
- 4.7.2. El proceso de *Benchmarking* en I+D+i
- 4.7.3. Metodología del proceso de *Benchmarking* aplicado a la I+D+i
- 4.7.4. Ventajas del *Benchmarking*

4.8. Reingeniería para la innovación radical de los procedimientos de negocio de la empresa

- 4.8.1. Orígenes y evolución de la reingeniería de procesos
- 4.8.2. Objetivos de la reingeniería
- 4.8.3. Enfoque correcto de la reingeniería

4.9. Dirección y Management de proyectos de I+D+i

- 4.9.1. Elementos que componen un proyecto de I+D+i
- 4.9.2. Etapas más significativas de un proyecto de I+D+i
- 4.9.3. Procesos para la gestión de proyectos de I+D+i

4.10. Gestión de la calidad en proyectos de I+D+i

- 4.10.1. El sistema de gestión de la calidad en proyectos de I+D+i
- 4.10.2. Planes de calidad en los proyectos de I+D+i
- 4.10.3. Contenido de un plan de calidad de proyectos de I+D+i

Módulo 5. Sistemas de seguridad de la información

5.1. Introducción a la seguridad de la información

- 5.1.1. Tipos de ataques a un sistema informático
- 5.1.2. Medidas para garantizar la seguridad del sistema informático
- 5.1.3. Plan de riesgos, plan de seguridad y plan de contingencia

5.2. La seguridad en redes informáticas

- 5.2.1. Amenazas en la red
- 5.2.2. Virus informáticos
- 5.2.3. Ingeniería social
- 5.2.4. Hackers

5.3. Hacking ético

- 5.3.1. Consideraciones legales
- 5.3.2. Búsqueda de vulnerabilidades
- 5.3.3. Herramientas útiles

5.4. Diseño y gestión de redes seguras y gestión de riesgos

- 5.4.1. Sistemas operativos para servidores
- 5.4.2. Configuración de la red
- 5.4.3. Gobernanza TI, gestión del riesgo y cumplimiento normativo

5.5. Implantación de un SGSI según las normas ISO 27000

- 5.5.1. Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información y beneficios
- 5.5.2. Estándares de gestión de la de la seguridad de la información
- 5.5.3. Etapas de implantación de un SGSI

5.6. La propiedad industrial e intelectual en el ámbito tecnológico

- 5.6.1. Propiedad industrial
- 5.6.2. Marcas y nombres de dominio
- 5.6.3. Propiedad intelectual

5.7. La contratación y el sector TIC

- 5.7.1. Gestión de las contrataciones y aspectos legales
- 5.7.2. Principales figuras contractuales relacionadas con el sector IT

5.8. Protección de datos, privacidad e intimidad

- 5.8.1. El régimen de protección de datos en España
- 5.8.2. Las relaciones laborales, la privacidad y el derecho a la intimidad
- 5.8.3. Principales derechos fundamentales relacionados con el entorno IT

Módulo 6. Nuevas tendencias digitales

6.1. Internet de las cosas

- 6.1.1. Visiones y retos
- 6.1.2. Tecnologías clave
- 6.1.3. Proyectos pioneros

6.2. Gamificación

- 6.2.1. Técnicas de gamificación empresarial
- 6.2.2. *Gamification Design Framework*
- 6.2.3. Mecanismos de funcionamiento y motivación
- 6.2.4. Beneficios y retorno de la inversión

6.3. Big Data

- 6.3.1. Aplicación sectorial
- 6.3.2. Modelos de negocio
- 6.3.3. Nuevas profesiones

6.4. Inteligencia artificial

- 6.4.1. Aspectos metodológicos en inteligencia artificial
- 6.4.2. Búsqueda heurísticas
- 6.4.3. Métodos de inferencia en reglas
- 6.4.4. Redes semánticas

6.5. Robótica

- 6.5.1. Morfología del robot
- 6.5.2. Herramientas matemáticas para la localización espacial
- 6.5.3. Control cinemático
- 6.5.4. Criterios de implantación de un robot industrial

6.6. Modelado y simulación

- 6.6.1. Modelado mediante DEVS
- 6.6.2. Modelado de las entradas aleatorias
- 6.6.3. Generación de las entradas aleatorias
- 6.6.4. Diseño de experimentos y optimización

6.7. Implantación de la criptografía en proyectos tecnológicos

- 6.7.1. Firma electrónica
- 6.7.2. Certificado digital
- 6.7.3. Encriptación de datos
- 6.7.4. Aplicaciones prácticas de la criptografía

6.8. Otras tendencias

- 6.8.1. Impresoras 3D
- 6.8.2. Drones
- 6.8.3. Visión artificial
- 6.8.4. Realidad aumentada

Módulo 7. Estrategia de negocio digital

<p>7.1. Estrategia digital</p> <p>7.1.1. Modelos de negocio basados en internet</p> <p>7.1.2. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital</p> <p>7.1.3. Planificación estratégica de las tecnologías de la información</p> <p>7.1.4. Estrategia e internet</p>	<p>7.2. Estrategia de abastecimiento</p> <p>7.2.1. Herramientas para desarrollar la estrategia de <i>sourcing</i></p> <p>7.2.2. <i>Cloud Computing</i></p> <p>7.2.3. <i>IT sourcing management</i></p>	<p>7.3. Gobernanza de las Tecnologías de Información</p> <p>7.3.1. Análisis de tendencias actuales y <i>best practices</i> en la función de TI</p> <p>7.3.2. Retos y decisiones clave en la gestión</p> <p>7.3.3. Procedimientos de gestión, requisitos, estrategias y modelos de <i>outsourcing</i></p>	<p>7.4. Negocios en Redes Sociales</p> <p>7.4.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos</p> <p>7.4.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC</p> <p>7.4.3. Como rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales</p> <p>7.4.4. Movilidad y el negocio digital</p>
<p>7.5. Administración de proceso de negocio</p> <p>7.5.1. La gestión de la empresa por procesos</p> <p>7.5.2. Reingeniería de procesos</p> <p>7.5.3. Los sistemas de información de las empresas</p>	<p>7.6. Sistemas de empresa basados en la colaboración en internet</p> <p>7.6.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM</p> <p>7.6.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro</p> <p>7.6.3. Sistemas de comercio electrónico</p>	<p>7.7. Sistemas para la gestión del conocimiento y la colaboración en la empresa</p> <p>7.7.1. La gestión de contenidos</p> <p>7.7.2. Trabajo colaborativo y portales de empleados</p> <p>7.7.3. Políticas y procesos de gestión del conocimiento</p>	<p>7.8. Organización efectiva de la unidad de sistemas</p> <p>7.8.1. <i>IT Governance</i></p> <p>7.8.2. Riesgos de implementación</p> <p>7.8.3. Riesgos de explotación</p>
<p>7.9. Internalización B2B</p> <p>7.9.1. Herramientas para identificación y contacto</p> <p>7.9.2. Estrategias digitales de internacionalización B2B</p> <p>7.9.3. <i>Brand Management</i> para mercados B2B</p>	<p>7.10. Internalización B2C</p> <p>7.10.1. Herramientas para <i>BenchMarking</i> Internacional</p> <p>7.10.2. Estrategias digitales de internacionalización B2C</p> <p>7.10.3. Monitorización B2C</p>	<p>7.11. Logística internacional</p> <p>7.11.1. Modos de logística internacional</p> <p>7.11.2. Logística con <i>marketplaces</i></p> <p>7.11.3. Logística <i>Dropshipping</i></p>	

Módulo 8. Social Media y Community Management

<p>8.1. Web 2.0 o web social</p> <p>8.1.1. La organización en la era de la conversación</p> <p>8.1.2. La web 2.0 son las personas</p> <p>8.1.3. Nuevos entornos y nuevos contenidos</p>	<p>8.2. Comunicación y reputación digital</p> <p>8.2.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online</p> <p>8.2.2. Informe de reputación online</p> <p>8.2.3. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales</p> <p>8.2.4. <i>Branding</i> y <i>Networking</i> 2.0</p>	<p>8.3. Plataformas generalistas, profesionales y <i>microblogging</i></p> <p>8.3.1. Facebook</p> <p>8.3.2. LinkedIn</p> <p>8.3.3. Twitter</p>	<p>8.4. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad</p> <p>8.4.1. Youtube</p> <p>8.4.2. Instagram</p> <p>8.4.3. Flickr</p> <p>8.4.4. Vimeo</p> <p>8.4.5. Pinterest</p>
<p>8.5. <i>Blogging</i> corporativo</p> <p>8.5.1. ¿Cómo crear un blog?</p> <p>8.5.2. ¿Cómo crear un plan de contenidos para tu blog?</p> <p>8.5.3. Estrategia de curación de contenidos</p>	<p>8.6. Estrategias en Social Media</p> <p>8.6.1. El plan de comunicación corporativa 2.0</p> <p>8.6.2. Las relaciones públicas corporativas y el social media</p> <p>8.6.3. Análisis y evaluación de resultados</p>	<p>8.7. Community Management</p> <p>8.7.1. Funciones, tareas y responsabilidades del <i>Community Manager</i></p> <p>8.7.2. <i>Social Media Manager</i></p> <p>8.7.3. <i>Social Media Strategist</i></p>	<p>8.8. Social media plan</p> <p>8.8.1. Diseño de un plan de social media</p> <p>8.8.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio</p> <p>8.8.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis</p>

Módulo 9. Data Science and Big Data

9.1. Data Science y Big Data

- 9.1.1. Impacto de *Big Data* y *Data Science* en la estrategia de negocio
- 9.1.2. Introducción a *Command Line*
- 9.1.3. Problemas y soluciones de *Data Science*

9.2. Lenguajes para Data Hacking

- 9.2.1. Bases de Datos SQL
- 9.2.2. Introducción a Python
- 9.2.3. Programación en R

9.3. Estadística

- 9.3.1. Introducción a la estadística
- 9.3.2. Regresión lineal y logística
- 9.3.3. PCA y *Clustering*

9.4. Machine learning

- 9.4.1. Selección de modelos y regularización
- 9.4.2. Árboles y bosques aleatorios
- 9.4.3. Procesamiento del lenguaje natural

9.5. Big Data

- 9.5.1. Hadoop
- 9.5.2. Spark
- 9.5.3. Sistemas de recomendación y filtrado colaborativo

9.6. Casos de éxito en Data Science

- 9.6.1. Segmentación de clientes mediante el modelo RFM
- 9.6.2. Aplicación de diseño de experimentos
- 9.6.3. *Supply Chain Value: Forecasting*
- 9.6.4. *Business Intelligence*

9.7. Arquitecturas híbridas en Big Data

- 9.7.1. Arquitectura Lambda
- 9.7.2. Arquitectura Kappa
- 9.7.3. Apache Flink e implementaciones prácticas
- 9.7.4. *Amazon Web Services*

9.8. Big Data en la nube

- 9.8.1. AWS: *Kinesis*
- 9.8.2. AWS: *DynamoDB*
- 9.8.3. *Google Cloud Computing*
- 9.8.4. *Google BigQuery*

Módulo 10. Diseño web, usabilidad y experiencia de usuario

10.1. Diseño UX

- 10.1.1. Arquitectura de información
- 10.1.2. SEO y analítica para UX
- 10.1.3. *Landing Pages*

10.2. Términos técnicos del diseño UX

- 10.2.1. *Wireframe* y componentes
- 10.2.2. Patrón de interacción y flujo de navegación
- 10.2.3. Perfil de usuario
- 10.2.4. Proceso y embudo de proceso

10.3. Investigación

- 10.3.1. Investigación en proyectos de diseño de interfaz
- 10.3.2. Enfoque cualitativo y cuantitativo
- 10.3.3. Comunicar los resultados de la investigación

10.4. Digital Design

- 10.4.1. Prototipo digital
- 10.4.2. *Axure* y *Responsive*
- 10.4.3. Diseño de interacción y diseño visual

10.5. User Experience

- 10.5.1. Metodología de diseño centrado en el usuario
- 10.5.2. Técnicas de investigación de usuario
- 10.5.3. Implicar al cliente en el proceso
- 10.5.4. *Shopping Experience Management*

10.6. Diseñando la estrategia de experiencia de usuario

- 10.6.1. Árboles de contenido
- 10.6.2. *Wireframes* de alta fidelidad
- 10.6.3. Mapas de componentes
- 10.6.4. Guías de usabilidad

10.7. Evaluación de la usabilidad

- 10.7.1. Técnicas de evaluación de la usabilidad
- 10.7.2. Visualización de datos
- 10.7.3. Presentación de datos

10.8. Customer Value & Customer Experience Management

- 10.8.1. Uso de narrativas y *Storytelling*
- 10.8.2. El Co-Marketing como estrategia
- 10.8.3. Gestión del *Content Marketing*
- 10.8.4. El retorno de la inversión de la gestión de las experiencias del cliente

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. Cross Cultural Management

- 11.2.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 11.2.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 11.2.3. Gestión de la Diversidad

11.3. Ética empresarial

- 11.3.1. Ética y Moral
- 11.3.2. Ética Empresarial
- 11.3.3. Liderazgo y ética en las empresas

11.4. Sostenibilidad

- 11.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 11.4.2. Agenda
- 11.4.3. Las empresas sostenibles

11.5. Responsabilidad Social de la Empresa

- 11.5.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 11.5.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.5.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

11.6. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 11.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC

11.7. Multinacionales y derechos humanos

- 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

11.8. Entorno legal y Corporate Governance

- 11.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
- 11.8.3. 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. Desarrollo de equipos de alto desempeño

- 12.4.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 12.4.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

12.5. Negociación y gestión de conflictos

- 12.5.1. Negociación
- 12.5.2. Gestión de Conflictos
- 12.5.3. Gestión de Crisis

12.6. Comunicación directiva

- 12.6.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 12.6.2. Departamentos de Comunicación
- 12.6.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

12.7. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 12.7.1. La productividad
- 12.7.2. 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. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas**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
- 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

14.4. Marketing digital y comercio electrónico

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

14.5. Marketing digital para reforzar la marca

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

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

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

14.7. Gestión de campañas digitales

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

14.8. Estrategia de ventas

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

14.9. Comunicación Corporativa

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

14.10. Comunicación y reputación digital

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

Módulo 15. Management Directivo

15.1. General Management

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

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

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

15.3. Dirección de operaciones

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

15.4. Oratoria y formación de portavoces

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

15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

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

15.6. Comunicación en situaciones de crisis

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

15.7. Preparación de un plan de crisis

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

15.8. Branding Personal

- 15.8.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 15.8.2. Leyes del branding personal
- 15.8.3. Herramientas de la construcción de marcas personales



“

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

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 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 Máster Título Propio MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) es un programa dirigido a profesionales del área tecnológica que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de dirección de tecnología y avanzar en su carrera profesional. Gracias a la avanzada metodología pedagógica de TECH, podrán acceder a unos contenidos didácticos realizados expresamente con el objetivo de convertirlos en Chief Technical Officer de prestigio.



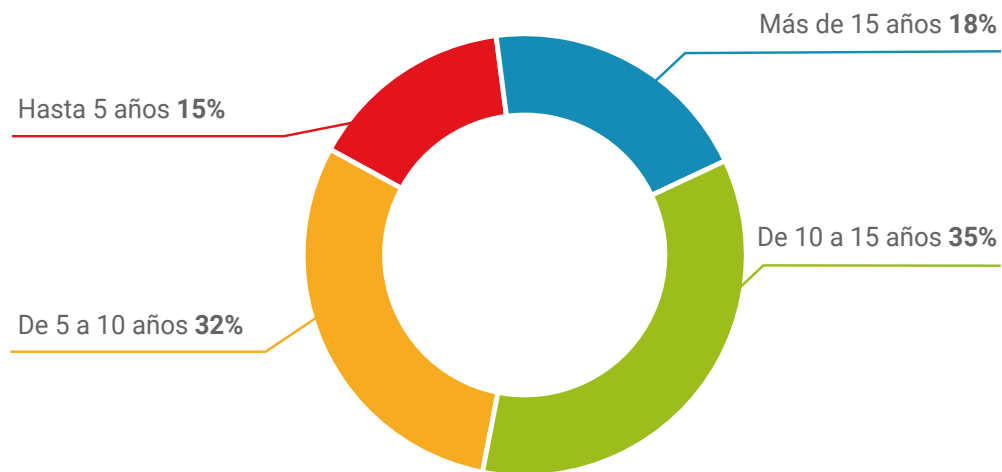
“

Si tienes experiencia en el sector IT y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa”

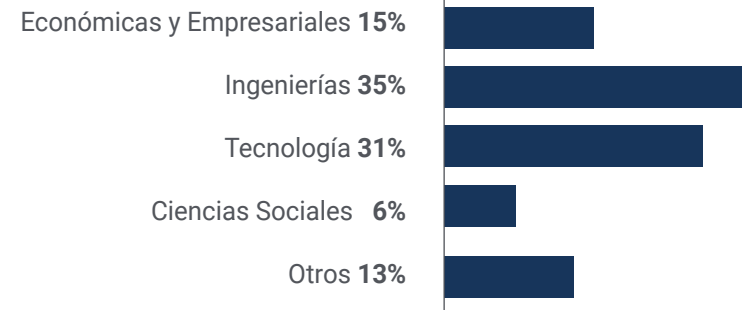
Edad media

Entre **35** y **45** años

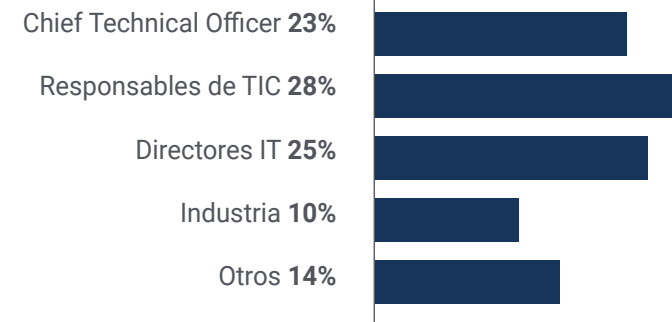
Años de experiencia



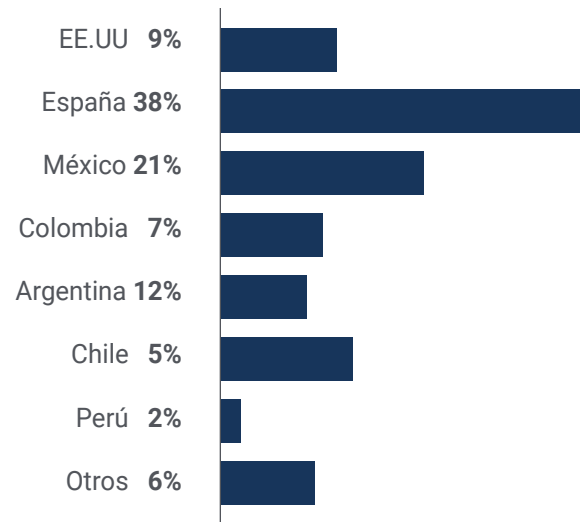
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Ana Rubio

Chief Technical Officer

"Soy ingeniera informática y después de seis años trabajando como programadora y analista de proyectos, encontré en este programa la oportunidad de dar un giro a mi carrera profesional. Mi experiencia fue muy positiva. Este Máster Título Propio sienta las bases de la gestión en el mundo empresarial, que son los pilares fundamentales del trabajo diario del CTO"

09

Dirección del curso

Focalizados en garantizar la máxima calidad de todos los contenidos, TECH ha contado con un cuadro docente de impacto internacional para la elaboración de este programa. A través de una serie de *Masterclasses* de gran nivel, el alumno podrá comprobar las claves del liderazgo en empresas de renombre como Amazon o Microsoft, teniendo la visión única de un directivo destacado en ambas compañías.



“

Profundiza en la dirección informática del más alto nivel con una perspectiva única, proporcionada por directivos internacionales de gran prestigio”

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

“

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 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

“

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

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 **synetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos **empresariales específicos**. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación a ritmos acelerados** de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial, visión de mercado** y una **auténtica pasión** por los productos.

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final, de llevar a cabo este gran esfuerzo, debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y, por ello, TECH pone precisamente todos sus recursos al alcance del alumno, para que se especialice en un sector de alta demanda, logrando un beneficio para su carrera sin tener que realizar grandes esfuerzos.



“

Gestionarás las arquitecturas híbridas en Big Data, certificaciones I+D+i y diseño web de tu organización de tal modo que te volverás imprescindible en el seno de la misma”

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

El MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) de TECH Universidad es un programa intensivo que prepara al estudiante para afrontar los retos y decisiones empresariales a nivel tecnológico, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional. Ayudar a conseguir el éxito.

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

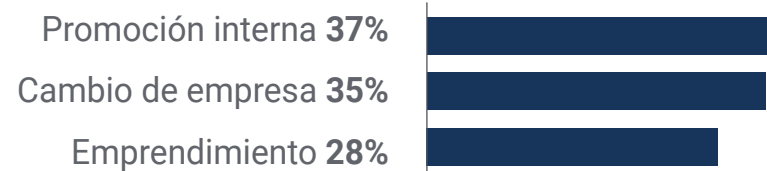
En TECH apostamos por la especialización de calidad, para que nuestros alumnos consigan el éxito profesional. Este programa es un ejemplo de ello.

Este programa te dará las herramientas necesarias para desarrollarte profesionalmente en la gestión y dirección IT.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

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



11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial, mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico, supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentando la capacitación y mejorando las habilidades directivas del alumno. Además, entrar en la comunidad educativa de TECH, supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente, en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

Ofrece a tu empresa una visión global del sector, logrando beneficios a corto y largo plazo”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

Ser 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

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

06

Aumento de la competitividad

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



12

Titulación

El MBA en Dirección de IT (CTO, Chief Technical Officer) 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 IT (CTO, Chief Technical Officer)** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

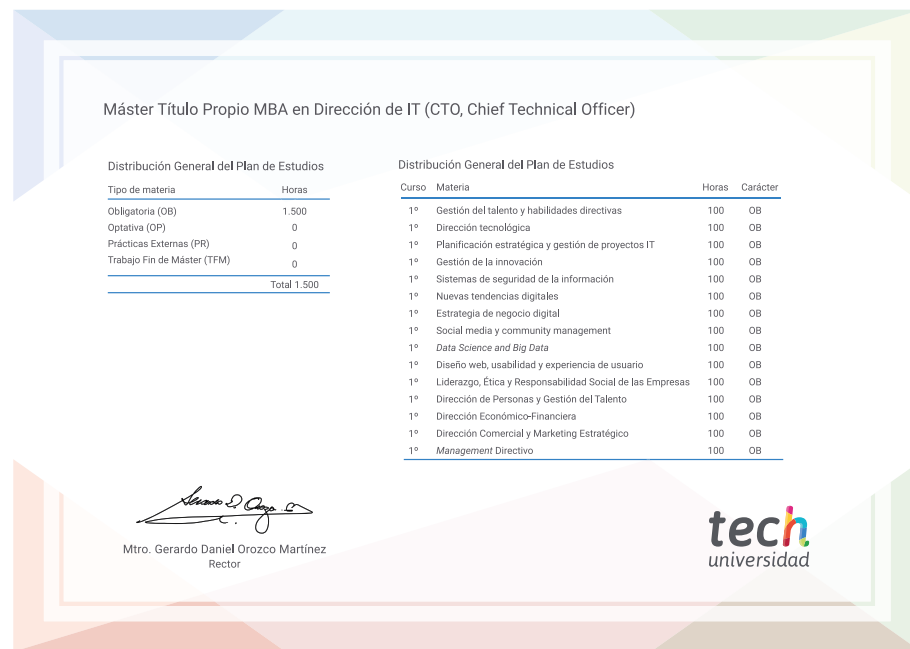
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

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 IT (CTO, Chief Technical Officer)**

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 IT (CTO, Chief Technical Officer)

- » 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 IT
(CTO, Chief Technical Officer)

