

Máster Título Propio

MBA en Dirección Logística
y de Operaciones
(COO, Chief Operating Officer)

M B A D L O C O O



Máster Título Propio MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer)

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad ULAC
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: titulados superiores y profesionales con experiencia en áreas logísticas

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-logistica-operaciones-coo-chief-operating-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. 42

09

Dirección del curso

pág. 50

10

Impacto para tu carrera

pág. 54

11

Beneficios para tu empresa

pág. 58

12

Titulación

pág. 62

01

Bienvenida

En un mundo globalizado como en el que nos encontramos, el sector logístico se ha convertido en el principal impulsor del motor empresarial internacional, siendo su correcto funcionamiento esencial para el desarrollo de las compañías. En este contexto resulta crucial la figura del director de Operaciones o Chief Operating Officer (COO). Sus dotes de liderazgo y habilidades perfeccionadas deben abarcar múltiples campos, desde la organización logística avanzada a las estrategias operativas más eficaces. De su trabajo y buen hacer depende el rendimiento de los principales departamentos empresariales. Este programa nace, precisamente, para brindar las herramientas necesarias que los directores y responsables necesitan para perfeccionar sus destrezas y habilidades específicas, dándoles ventaja a la hora de adaptarse de manera rápida a los constantes cambios y tomar las decisiones adecuadas que lleven al éxito a la empresa. Una oportunidad para dar un gran salto de calidad de forma completamente online, sin clases presenciales ni horarios prefijados.



MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer)
TECH Universidad ULAC



“

Posiciónate como un COO altamente capacitado, conociendo en profundidad las claves del éxito referente a la Dirección de Operaciones y Gestión Estratégica”

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 ULAC



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 ULAC.

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

04 Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo de los futuros COO o Chief Operating Officer, cumpliendo con un perfil completo en operaciones y logística. Además, tendrán acceso a una pléyade de contenidos y casos reales para continuar su labor continua de mejora profesional y personal. Dominarán la implementación de los conceptos más avanzados del *Lean Management* a lo largo de toda la cadena de suministro. Tras el programa, el directivo será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



“

Tu sumergirás en la realidad empresarial más exigente para el COO, con módulos específicos sobre calidad, SCM, logística y planificación en el plano más avanzado”

Tus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer) capacitará al alumno para:

01

Obtener una visión general de la empresa: misión, valores, innovación, comunicación, procesos logísticos, liderazgo y gestión financiera

04

Desarrollar estrategias para optimizar el servicio al cliente y mejorar la rentabilidad de la empresa en el mercado nacional e internacional

02

Conocer en profundidad el proceso logístico de una empresa para poder gestionarlo con éxito

03

Controlar todo el proceso de creación de nuevos productos

05

Desarrollar una visión internacional de la cadena de suministro



06

Aplicar los conceptos del *Lean Management* a lo largo de toda la cadena de suministro

08

Implementar técnicas para desarrollar la interacción entre tienda y logística, gestión del catálogo, compras y aprovisionamientos, operaciones de almacén, transporte y distribución, servicio al cliente, etc.

09

Implementar herramientas para el control operacional y económico de las operaciones

07

Describir los últimos avances del sector, gracias a la colaboración del sector público y del sector privado empresarial, tanto nacional como internacional

10

Describir los procedimientos para establecer criterios de decisión sobre externalización de procesos, peticiones de oferta y firma de contratos de servicios logísticos



11

Describir en profundidad los mecanismos de creación de valor de la cadena de suministro

12

Explicar las interacciones e impacto de las decisiones operativas en el resto de funciones de la empresa

13

Ser capaz de gestionar toda la contabilidad del proceso de compras





14

Aplicar los criterios de calidad a todos los procesos de la cadena logística

15

Aplicar sistemas y proyectos IT que permitan mejorar la producción

16

Competir desde la innovación en los procesos logísticos

05

Competencias

Para garantizar una enseñanza de máxima calidad, a lo largo de todo el temario el directivo desarrollará no solo las competencias intrínsecas de un COO de alto nivel, sino las propias *soft skills* más demandadas en el liderazgo del siglo XXI. La propia experiencia del equipo docente hace que toda la teoría y ejercicios prácticos estén enfocados en la realidad empresarial, sirviendo como un contexto de impulso decisivo hacia los retos más exigentes para el Chief Operating Officer.





“

Tendrás a tu alcance los recursos necesarios para darle mayor peso a tu propuesta de valor como Chief Operating Officer de relevancia”

01

Organizar los diferentes departamentos de la empresa, poniendo especial énfasis en la parte logística

02

Comprender las funciones y competencias directivas, desarrollarlas y ponerlas en práctica durante el desarrollo profesional

03

Organizar las diferentes estructuras y canales de venta

04

Llevar a cabo un correcto control económico de las compras

05

Conocer en profundidad la cadena de suministro para gestionar todos los procesos logísticos de manera adecuada



06

Realizar una gestión estratégica de las compras, aplicando las herramientas adecuadas para una operación exitosa

08

Diseñar y gestionar una planificación estratégica de los proyectos IT



07

Aplicar las herramientas adecuadas para el control de la calidad de las distintas operaciones de la empresa

09

Realizar la contabilidad financiera de la cadena de suministro, llevando a cabo un correcto análisis y planificación

10

Aplicar las metodologías de gestión *Lean*

06

Estructura y contenido

El MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer) se caracteriza por estar diseñado y estructurado en base a la metodología pedagógica más eficaz, el *Relearning*. Gracias a ella, el directivo ahorrará una cantidad de tiempo significativa en la labor de estudio, adquiriendo los conceptos más importantes del temario de forma natural y progresiva. Todo un punto de inflexión para invertir las horas necesarias en las múltiples lecturas complementarias y ejercicios de autoconocimiento que enriquecen todo el temario.



“

Tendrás la libertad para decidir cómo gestionar tu propio tiempo de estudio, adaptándolo a tu ritmo y necesidades siempre cambiantes”

Plan de estudios

La figura de Jefe de Operaciones o Chief Operating Officer es uno de los roles con mayor importancia en muchas empresas, encabezando responsabilidades de alto rango para garantizar que las operaciones empresariales se lleven a cabo de manera óptima, atendiendo errores y estableciendo planes estratégicos para superar las expectativas de los clientes y superiores.

El MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer) de TECH Universidad ULAC es un programa intensivo que prepara a los estudiantes para afrontar los retos y decisiones empresariales a nivel logístico y operacional que un COO debe afrontar en su gestión laboral.

El contenido de esta especialización 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 1.500 horas de estudio, el alumno podrá analizar multitud de casos reales mediante un sistema de trabajo teórico-práctico. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio que serán de utilidad para mejorar la capacitación de los profesionales del sector.

Este programa trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para especializar a profesionales que entiendan la dirección logística y las operaciones desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora, teniendo en consideración la importancia que este tipo de puesto directivo ocupa dentro de una empresa.

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

Módulo 1	Visión Empresarial
Módulo 2	Organización de la Producción, Aprovisionamiento y Almacenes
Módulo 3	Organización de la Logística
Módulo 4	Dirección de operaciones I: Planificación, Fabricación y Almacenes
Módulo 5	Dirección de operaciones II: SCM y Logística
Módulo 6	Dirección de operaciones III: Gestión estratégica de compras
Módulo 7	Dirección de operaciones IV: Calidad
Módulo 8	Planificación estratégica y gestión de proyectos IT
Módulo 9	Financial Supply Chain Management
Módulo 10	Estrategia operativa y metodologías de gestión Lean
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 Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating 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. Visión Empresarial

<p>1.1. Misión, visión y valores corporativos</p> <p>1.1.1. Misión, visión y valores</p> <p>1.1.2. Relación de los mismos con las funciones del director de operaciones</p> <p>1.1.3. Ejemplos de la misión, visión y valores en las principales empresas</p>	<p>1.2. Organización empresarial: departamentos clave</p> <p>1.2.1. Detalle de los principales departamentos</p> <p>1.2.2. Órganos de gobierno</p> <p>1.2.3. Influencia del director de Operaciones en los departamentos</p>	<p>1.3. Organización comercial: comercial y administración comercial</p> <p>1.3.1. Departamento Comercial</p> <p>1.3.2. Departamento de Administración Comercial</p> <p>1.3.3. Coordinación entre el área comercial y el resto de la empresa</p>	<p>1.4. Organización industrial y logística</p> <p>1.4.1. Departamento de Organización Industrial</p> <p>1.4.2. Departamento de Logística Interna</p> <p>1.4.3. Departamento de Logística Externa</p>
<p>1.5. Funciones y competencias directivas</p> <p>1.5.1. Departamento que dirige el director de operaciones</p> <p>1.5.2. Funciones de un director de operaciones</p> <p>1.5.3. Enfoque en Competencias</p>	<p>1.6. Liderazgo</p>	<p>1.7. Gestión de Recursos Humanos y Equipos PRL</p> <p>1.7.1. Gestión de Recursos Humanos</p> <p>1.7.2. Gestión de equipos</p> <p>1.7.3. Plan de Prevención de Riesgos Laborales</p>	<p>1.8. Comunicación horizontal y vertical</p> <p>1.8.1. Comunicación Horizontal</p> <p>1.8.2. Comunicación Vertical</p> <p>1.8.3. Comunicación mandos directivos</p>
<p>1.9. Costes</p> <p>1.9.1. Contabilidad de costes</p> <p>1.9.2. Diferencias entre gasto, compra, inversión, pago y coste</p> <p>1.9.3. Tipología y clasificación de los costes</p>	<p>1.10. Sistemas de Información</p> <p>1.10.1. Concepto de Sistema de Información de Marketing (SIM)</p> <p>1.10.2. Características del SIM</p> <p>1.10.3. La información en el SIM</p>	<p>1.11. Industria 4.0 a corto-medio plazo</p> <p>1.11.1. Big Data</p> <p>1.11.2. IoT</p> <p>1.11.3. Fabricación aditiva</p>	<p>1.12. Industria 4.0 a largo plazo</p> <p>1.12.1. Machine Learning</p> <p>1.12.2. Robótica colaborativa</p> <p>1.12.3. Realidad aumentada, virtual y ciberseguridad</p>

Módulo 2. Organización de la producción, aprovisionamiento y almacenes

<p>2.1. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO, etc.)</p> <p>2.1.1. Sistema y estrategias de producción</p> <p>2.1.2. Sistema de gestión de inventario</p> <p>2.1.3. Indicadores de producción</p>	<p>2.2. Estructura, tipos y canales de venta</p> <p>2.2.1. Estructura de Ventas: Organización, canales y sector</p> <p>2.2.2. Estructura de Ventas: Oficinas y grupos de ventas</p> <p>2.2.3. Determinación de una estructura de ventas</p>	<p>2.3. Estructura y tipos de aprovisionamiento</p> <p>2.3.1. Función de aprovisionamiento</p> <p>2.3.2. Gestión de aprovisionamiento</p> <p>2.3.3. Proceso de decisión de la compra</p>	<p>2.4. Diseño de plantas de producción</p> <p>2.4.1. Arquitectura industrial y distribución en planta</p> <p>2.4.2. Tipos básicos de la distribución en planta</p> <p>2.4.3. Características para una distribución en planta adecuada</p>
<p>2.5. Control económico de compras</p> <p>2.5.1. Diseño avanzado de almacenes</p> <p>2.5.2. Picking y Sorting</p> <p>2.5.3. Control de flujo de materiales</p>	<p>2.6. Diseño de procesos</p> <p>2.6.1. Definición de diseño de procesos</p> <p>2.6.2. Principios del diseño de procesos</p> <p>2.6.3. Modelado de procesos</p>	<p>2.7. Asignación de recursos</p> <p>2.7.1. Introducción a la asignación de recursos</p> <p>2.7.2. Gestión de proyectos</p> <p>2.7.3. Distribución de recursos</p>	<p>2.8. Control de las operaciones industriales</p> <p>2.8.1. Control de procesos y sus características</p> <p>2.8.2. Ejemplos de procesos industriales</p> <p>2.8.3. Controles industriales</p>
<p>2.9. Control de las operaciones de almacén</p> <p>2.9.1. Operaciones de almacén</p> <p>2.9.2. Control de inventario y sistemas de ubicación</p> <p>2.9.3. Técnicas de gestión de stock</p>	<p>2.10. Operaciones de Mantenimiento</p> <p>2.10.1. Mantenimiento industrial y tipología</p> <p>2.10.2. Planificación de mantenimiento</p> <p>2.10.3. Gestión de mantenimiento asistido por ordenador</p>		

Módulo 3. Organización de la logística

3.1. Introducción a los Sistemas Logísticos

- 3.1.1. Introducción al sistema logístico
- 3.1.2. Diseño de sistema logístico
- 3.1.3. Sistemas de información logística

3.2. Topologías de la Cadena de Suministro (SCM)

- 3.2.1. Cadena de suministro
- 3.2.2. Beneficios de la gestión de la cadena de suministro
- 3.2.3. Gestión logística en la cadena de suministro

3.3. Logística interna

- 3.3.1. Diseño avanzado de almacenes
- 3.3.2. Picking y Sorting
- 3.3.3. Control de flujo de materiales

3.4. Distribución y transporte

- 3.4.1. Funciones de la distribución y el transporte
- 3.4.2. Tipos de redes de distribución
- 3.4.3. Diseño de una red de distribución

3.5. Control de las operaciones logísticas

- 3.5.1. Sistema logístico
- 3.5.2. Beneficios del control de las operaciones logísticas
- 3.5.3. Tablero de control de las operaciones logísticas

3.6. Interacciones de la SCM con todas las áreas

- 3.6.1. Áreas a considerar en la interacción
- 3.6.2. Interrelaciones en SCM
- 3.6.3. Problemas de integración en SCM

3.7. Costes de la Logística

- 3.7.1. Costes a considerar según área
- 3.7.2. Problemas de los costes logísticos
- 3.7.3. Optimización de costes logísticos

3.8. Sistemas de Información

- 3.8.1. Mapa de sistemas base
- 3.8.2. Tipología de sistemas de información
- 3.8.3. Sistemas de información en la cadena de suministro

Módulo 4. Dirección de operaciones I: planificación, fabricación y almacenes

4.1. Previsión de la Demanda

- 4.1.1. Sistema de Planificación y Control de Producción
- 4.1.2. Demanda y tipos de demanda
- 4.1.3. Previsión de la demanda y metodología

4.2. Planificación de recursos y de fabricación. Capacidad

- 4.2.1. Planificación agregada de producción
- 4.2.2. Sistema de planificación maestra de producción
- 4.2.3. Sistema de planificación aproximada de capacidad

4.3. Secuenciación

- 4.3.1. Planificación de requerimientos de materiales
- 4.3.2. Planificación de requerimientos de capacidad
- 4.3.3. Planificación de recursos de fabricación (MRPII)

4.4. Preparación de fabricación

- 4.4.1. Sistema de lanzamiento y control de actividades de producción
- 4.4.2. Programación de la producción
- 4.4.3. Secuenciación. Control de producción

4.5. Control del Mantenimiento

- 4.5.1. Control de mantenimiento
- 4.5.2. Ciclo de control de mantenimiento
- 4.5.3. Diseño de un plan de mantenimiento

4.6. Lean Warehouse

- 4.6.1. Introducción al Lean Manufacturing
- 4.6.2. Estructura del sistema Lean
- 4.6.3. Técnicas Lean

4.7. Diseño y gestión de almacenes

- 4.7.1. Diseño avanzado de almacenes
- 4.7.2. Picking y Sorting
- 4.7.3. Control de flujo de materiales

4.8. Costes en fabricación

- 4.8.1. Costes de producción
- 4.8.2. Otros costes generales de fabricación
- 4.8.3. Sistemas de costes

4.9. Costes en almacenes

- 4.9.1. Introducción a los costes de almacenaje
- 4.9.2. Clasificación de costes de almacenaje
- 4.9.3. Valoración de los inventarios

4.10. Sistemas de Información en Planificación y Fabricación

- 4.10.1. Sistemas de información generales
- 4.10.2. Sistemas de información en planificación y fabricación
- 4.10.3. Operaciones de mercado

4.11. Sistemas de Información en Almacenes

- 4.11.1. Sistemas de información en almacenes
- 4.11.2. Tecnologías de la información en almacenes
- 4.11.3. Opciones de mercado

Módulo 5. Dirección de operaciones II: SCM logística

5.1. Diseño y gestión de la cadena de suministro

- 5.1.1. Introducción a la cadena de suministros: componentes
- 5.1.2. Diseño de la cadena de suministro
- 5.1.3. Gestión de la cadena de suministro

5.2. Aspectos clave de la cadena de suministro

- 5.2.1. Evolución de la cadena de suministro
- 5.2.2. Aspectos clave de la cadena de suministro
- 5.2.3. Evaluación de escenarios

5.3. Diseño estratégico de la planificación a lo largo de la cadena de suministro

- 5.3.1. Diseño estratégico de la cadena de suministro
- 5.3.2. Planificación de la cadena de suministro
- 5.3.3. Metodología para el diseño estratégico de la cadena de suministro

5.4. Preparación de pedidos

- 5.4.1. Introducción a la preparación de pedidos
- 5.4.2. Consideraciones básicas para la preparación de pedidos
- 5.4.3. Fases de preparación de pedidos

5.5. Gestión de los recursos. Capacidad y calendarios

- 5.5.1. Gestión de recursos y capacitación
- 5.5.2. Técnicas para la gestión de recursos
- 5.5.3. Calendarios

5.6. Planificación logística externa

- 5.6.1. Introducción a la logística integral
- 5.6.2. Importancia de la planificación logística
- 5.6.3. Claves de la planificación logística

5.7. Logística inversa y sostenibilidad

- 5.7.1. Desarrollo sostenible
- 5.7.2. Logística inversa
- 5.7.3. Logística verde

5.8. Distribución logística internacional

- 5.8.1. Diseño avanzado de almacenes
- 5.8.2. Picking y Sorting
- 5.8.3. Control de flujo de materiales

5.9. Servicio al cliente

- 5.9.1. Metodologías
- 5.9.2. Indicadores
- 5.9.3. Relación con la logística

5.10. Lean management

- 5.10.1. Fundamentos Lean con aplicación en logística internacional
- 5.10.2. Principales implicaciones y requerimientos
- 5.10.3. Otras metodologías de mejora de procesos

5.11. Costes de Cadena de Suministros

- 5.11.1. Proyecto de Mejora de costes (cost cutting)
- 5.11.2. Etapas
- 5.11.3. Caso práctico

5.12. Sistemas de información

- 5.12.1. Caso Amazon
- 5.12.2. Integración con Amazon
- 5.12.3. Flujo de mensaje

Módulo 6. Dirección de operaciones III: gestión estratégica de compras

<p>6.1. Gestión estratégica de compras</p> <p>6.1.1. Gestión estratégica: beneficios y modelos</p> <p>6.1.2. Gestión estratégica de compras y sus factores</p> <p>6.1.3. Estrategia de compras</p>	<p>6.2. Lean management en los procesos de compras</p> <p>6.2.1. Lean Buying</p> <p>6.2.2. Outsourcing en la SCM</p> <p>6.2.3. Lean Supplying</p>	<p>6.3. Diseño de la estrategia de compras</p> <p>6.3.1. Externalización</p> <p>6.3.2. Subcontratación de procesos</p> <p>6.3.3. Globalización</p> <p>6.3.4. Deslocalización</p>	<p>6.4. Outsourcing-insourcing</p> <p>6.4.1. Modelos y procesos de compras</p> <p>6.4.2. Modelos de segmentación</p> <p>6.4.3. Rol del e-Procurement</p>
<p>6.5. Aprovisionamiento estratégico</p> <p>6.5.1. Selección de proveedores y estrategia</p> <p>6.5.2. Generación de valor desde el aprovisionamiento estratégico</p> <p>6.5.3. Operadores logísticos en aprovisionamiento</p>	<p>6.6. Gestión del transporte y la distribución</p> <p>6.6.1. Coordinación entre transporte y almacenaje</p> <p>6.6.2. Zonas de actividades logísticas, ZAL</p> <p>6.6.3. Normativas y convenios del transporte aéreo y terrestre de mercancías</p>	<p>6.7. Global supply chain</p> <p>6.7.1. Introducción y clasificación de la complejidad de las cadenas de suministro</p> <p>6.7.2. Áreas de oportunidad en las cadenas de suministro globales</p> <p>6.7.3. Tendencias en las cadenas de suministro globales</p>	<p>6.8. Gestión de las importaciones</p> <p>6.8.1. Aduanas, procesos de exportación e importación</p> <p>6.8.2. Instituciones y acuerdos de comercio internacional</p> <p>6.8.3. Legislación aduanera</p> <p>6.8.4. Dirección de plantas y compras internacionales</p>
<p>6.9. Incoterms y gestión documentaria internacional</p> <p>6.9.1. Exportación o implantación</p> <p>6.9.2. El contrato de agencia, distribución y compraventa internacional</p> <p>6.9.3. La propiedad industrial e intelectual</p> <p>6.9.4. Clasificación arancelaria</p>	<p>6.10. Formas y medios de pago internacional</p> <p>6.10.1. La elección del medio de pago</p> <p>6.10.2. El crédito documentario</p> <p>6.10.3. Garantía bancaria y crédito documentario</p>	<p>6.11. Costes de la gestión estratégica de compras</p> <p>6.11.1. Cadena de valor</p> <p>6.11.2. Costes de aprovisionamiento</p> <p>6.11.3. Valoración de existencias</p>	<p>6.12. Sistemas de Información en compras</p> <p>6.12.1. Datos maestros</p> <p>6.12.2. Procesos</p> <p>6.12.3. Mensajes EDI</p>

Módulo 7. Dirección de operaciones IV: calidad

<p>7.1. Principios de estadística aplicados al control de calidad</p> <p>7.1.1. Introducción</p> <p>7.1.2. Medidas de tendencia central</p> <p>7.1.3. Medidas de dispersión</p>	<p>7.2. Definición operativa de defecto</p> <p>7.2.1. Evolución de la calidad en la SCM</p> <p>7.2.2. Definición, control y catalogación de defectos</p> <p>7.2.3. Criterios de aceptación o rechazo del producto</p>	<p>7.3. Conceptos básicos de control</p> <p>7.3.1. Definiciones</p> <p>7.3.2. Norma ISO 9001</p> <p>7.3.3. Requisitos de Norma ISO 9001</p>	<p>7.4. Gráficos de control por variables y atributos</p> <p>7.4.1. Control por variables y por atributos</p> <p>7.4.2. Gráficos de control</p> <p>7.4.3. Gráfico OC</p>
<p>7.5. Inspección por muestreo</p> <p>7.5.1. Tipologías</p> <p>7.5.2. Metodología</p> <p>7.5.3. Tamaño de la muestra</p>	<p>7.6. Capacidad de procesos</p> <p>7.6.1. Estadística asociada</p> <p>7.6.2. Variabilidad</p> <p>7.6.3. Índices Cp</p>	<p>7.7. Six Sigma. Metodología y estrategias</p> <p>7.7.1. Definición Six Sigma</p> <p>7.7.2. Metodología Six Sigma</p> <p>7.7.3. Estructura Six Sigma</p>	<p>7.8. Coste de la Calidad</p> <p>7.8.1. Tipos de estudio de viabilidad</p> <p>7.8.2. Estudio de viabilidad técnica</p> <p>7.8.3. Caso de uso</p>
<p>7.9. Sistemas de Información</p> <p>7.9.1. Implementación de calidad en ERP</p> <p>7.9.2. Control de calidad en eventos</p> <p>7.9.3. Controles periódicos</p>			

Módulo 8. Planificación estratégica y gestión de proyectos IT

<p>8.1. Mapa global de sistemas IT (I): ERP, MRP, SGA, MES</p> <p>8.1.1. Descripción de cada sistema 8.1.2. Opciones de mercado 8.1.3. Procesos de implantación</p>	<p>8.2. Mapa global de sistemas IT (II): eCommerce, web corporativa, BI, Simulación, Machine Learning y GMAO</p> <p>8.2.1. Descripción de cada sistema 8.2.2. Opciones de mercado 8.2.3. Procesos de implantación</p>	<p>8.3. Sistemas de IT: alta disponibilidad, seguridad y mantenimiento</p> <p>8.3.1. Aspectos a considerar 8.3.2. Opciones de mercado 8.3.3. Procesos de implementación</p>	<p>8.4. Planificación estratégica SI</p> <p>8.4.1. Aspectos a considerar 8.4.2. Gestión de recursos tecnológicos 8.4.3. Procesos adyacentes: reporting y evaluación</p>
<p>8.5. Gestión de proyectos de IT</p> <p>8.5.1. Metodología general 8.5.2. Manifiesto <i>Agile</i> 8.5.3. SRUM</p>	<p>8.6. Responsabilidad social corporativa en proyectos de IT</p>	<p>8.7. Finanzas e inversiones responsables de proyectos IT</p>	<p>8.8. Empresa y medioambiente en proyectos IT</p>
<p>8.9. Sistemas y herramientas de gestión responsable en IT</p>	<p>8.10. Ética empresarial en proyectos de IT</p>		

Módulo 9. Financial supply chain management

<p>9.1. Entorno económico global</p> <p>9.1.1. Fundamentos de la economía global 9.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros 9.1.3. Growth & development in emerging markets 9.1.4. Sistema monetario internacional</p>	<p>9.2. Contabilidad financiera en la gestión de la cadena de suministro</p> <p>9.2.1. Balance de Situación 9.2.2. Pérdidas y Ganancias 9.2.3. Interpretación de ratios</p>	<p>9.3. Contabilidad de gestión en la cadena de suministro</p> <p>9.3.1. Medibles: productividad 9.3.2. Eficiencia y rentabilidad 9.3.3. Ratios y gestión</p>	<p>9.4. Análisis y planificación financiera de la cadena de suministro</p> <p>9.4.1. Definiciones 9.4.2. Planificación 9.4.3. Ejemplos de planificación financiera</p>
<p>9.5. Diagnóstico financiero</p> <p>9.5.1. Indicadores para el análisis de los estados financieros 9.5.2. Análisis de la rentabilidad 9.5.3. Rentabilidad económica y financiera de una empresa</p>	<p>9.6. Análisis económico de decisiones</p> <p>9.6.1. Control Presupuestario 9.6.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo 9.6.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial</p>	<p>9.7. Aspectos financieros clave en la gestión de operaciones en cadena de suministro</p> <p>9.7.1. Introducción a la gestión de operaciones 9.7.2. Aspectos clave 9.7.3. Interpretación de ratios</p>	<p>9.8. Herramientas para la gestión de operaciones de cadena de suministro en tiempos de crisis</p> <p>9.8.1. Definición de herramientas y beneficios 9.8.2. Herramientas de gestión 9.8.3. Operaciones de mercado</p>
<p>9.9. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS</p> <p>9.9.1. Rentabilidad y eficiencia de las mediaciones 9.9.2. Indicadores generales de cadenas logísticas 9.9.3. Indicadores específicos</p>			

Módulo 10. Estrategia operativa y metodologías de gestión LEAN

10.1. Lean management

- 10.1.1. Principios básicos de Lean Management
- 10.1.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
- 10.1.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

10.2. Implantación Metodología Lean Global

- 10.2.1. La metodología Lean
- 10.2.2. Proceso de implementación
- 10.2.3. Mejora continua

10.3. Técnicas de mejora de procesos y fabricación de respuesta rápida (QR)

- 10.3.1. Localización de puntos de mejora
- 10.3.2. BPM, simulación y Gemelo digital
- 10.3.3. Selección de la herramienta necesaria

10.4. Innovación e ingeniería de producto en logística. Organizaciones y desarrollo de producto

- 10.4.1. Aspectos a considerar
- 10.4.2. Organizaciones y desarrollo de mercado
- 10.4.3. Opciones de mercado

10.5. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos de logística

- 10.5.1. Valoración de la calidad total
- 10.5.2. Localización de puntos de mejora
- 10.5.3. Gestión avanzada de proyectos

10.6. Evaluación tendencias del mercado en Logística

- 10.6.1. Evaluaciones de tendencia
- 10.6.2. Líneas de actuación
- 10.6.3. Opciones de mercado

10.7. Evaluación tendencias SI

- 10.7.1. Evaluación tendencias novedades SI
- 10.7.2. Herramientas
- 10.7.3. Opciones de mercado

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

11.1. Globalización y Gobernanza

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

11.2. Liderazgo

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

11.3. Cross Cultural Management

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

11.4. Desarrollo directivo y liderazgo

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

11.5. Ética empresarial

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

11.6. Sostenibilidad

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

11.7. Responsabilidad Social de la Empresa

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

11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

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

11.9. Multinationales y derechos humanos

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

11.10. Entorno legal y Corporate Governance

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

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

12.1. Dirección Estratégica de personas

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

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias

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

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

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

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas

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

12.5. Motivación

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

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño

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

12.7. Gestión del cambio

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

12.8. Negociación y gestión de conflictos

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

12.9. Comunicación directiva

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

12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento

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

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera**13.1. Entorno Económico**

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

13.2. Contabilidad Directiva

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

13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*

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

13.4. Presupuesto y Control de Gestión

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

13.5. Dirección Financiera

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

13.6. Planificación Financiera

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

13.7. Estrategia Financiera Corporativa

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

13.8. Financiación Estratégica

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

13.9. Análisis y planificación financiera

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

13.10. Análisis y resolución de casos/problemas

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

14.1. Dirección comercial

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

14.2. Marketing

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

14.3. Gestión Estratégica del Marketing

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

14.4. Marketing digital y comercio electrónico

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

14.5. Marketing digital para reforzar la marca

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

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

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

14.7. Gestión de campañas digitales

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

14.8. Estrategia de ventas

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

14.9. Comunicación Corporativa

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

14.10. Comunicación y reputación digital

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

Módulo 15. Management Directivo**15.1. General Management**

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

15.2. 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



Logra el impulso que tu carrera se merece gracias a la realización de este programa y consolídalo como un COO de alto nivel"

07

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



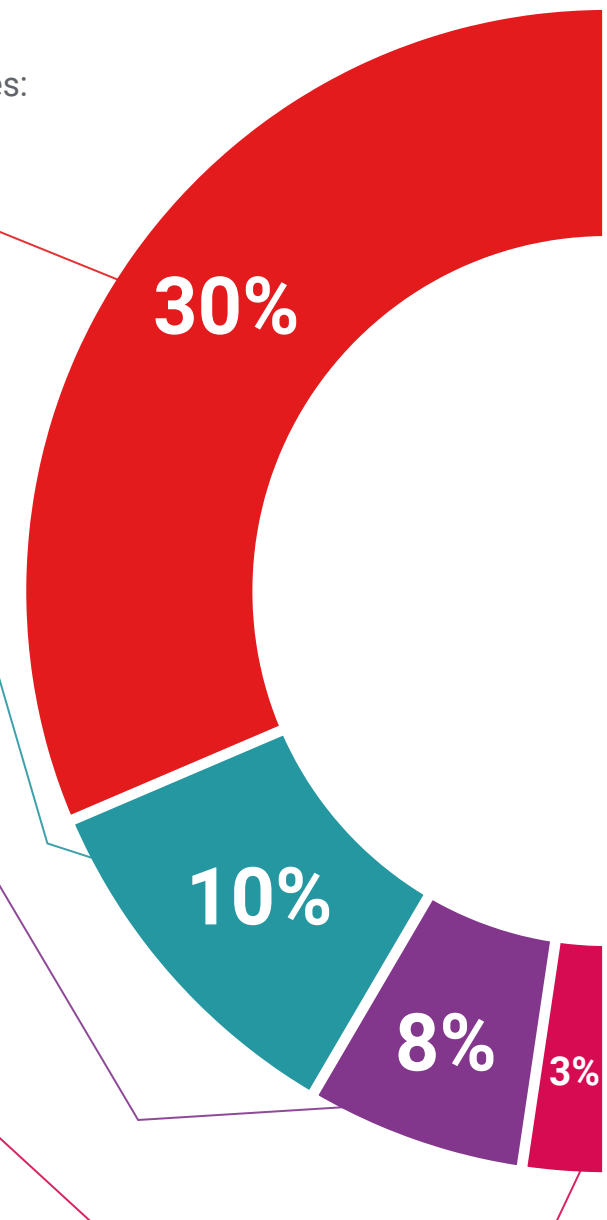
Prácticas de habilidades directivas

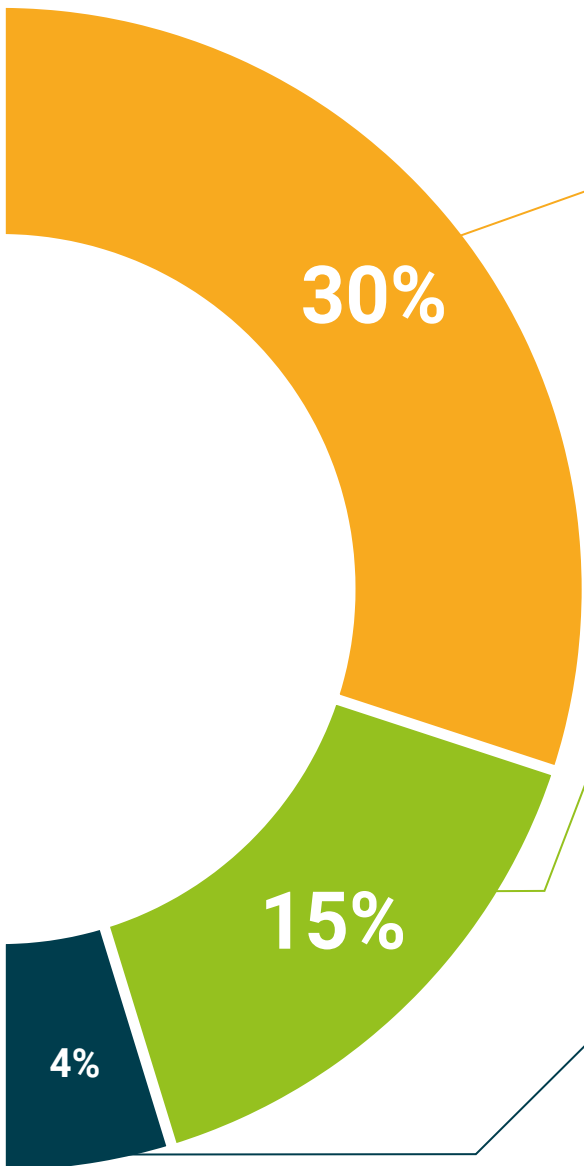
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer) es un programa dirigido a profesionales del área logística que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de gestionar la cadena de suministro y avanzar en su carrera profesional. Todo esto, con la intención de alcanzar un puesto directivo dentro de su lugar trabajo.

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





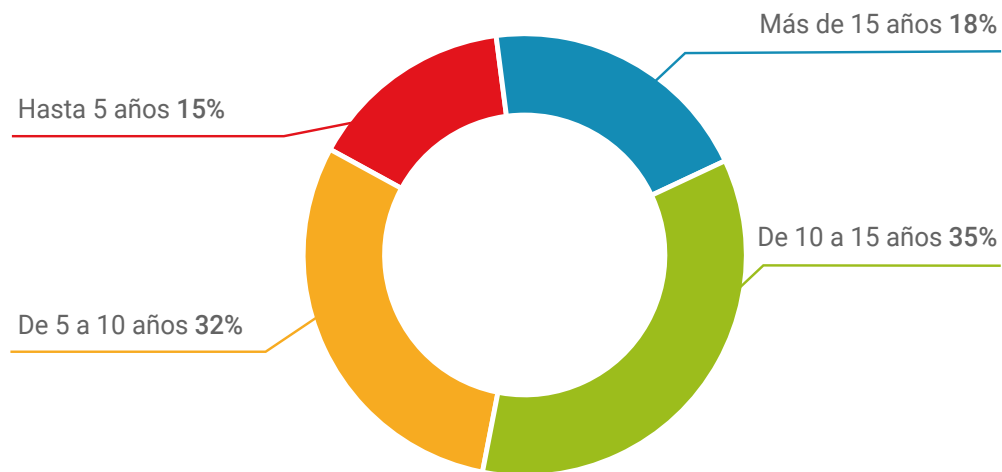
“

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

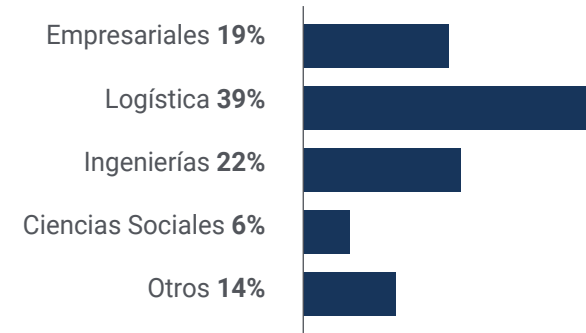
Edad media

Entre **35** y **45** años

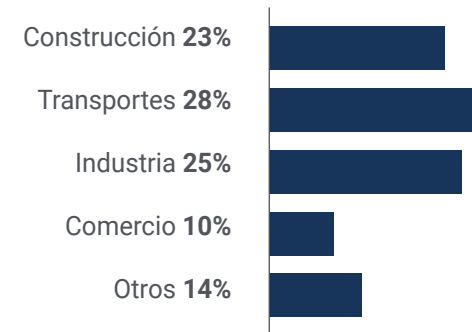
Años de experiencia



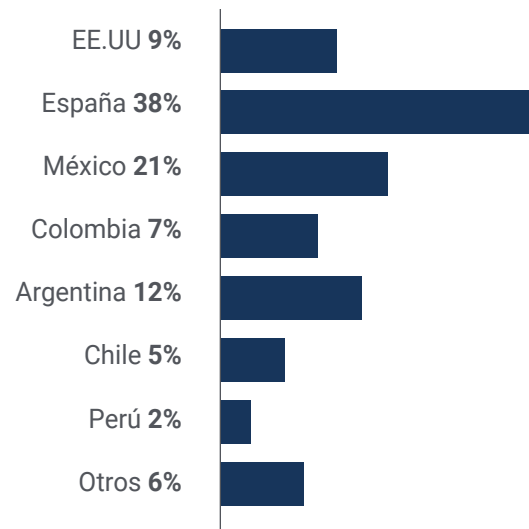
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Ana Rubio

Chief Operating Officer

“La dirección logística es un sector que requiere una elevada especialización. Por ello, tras varios años trabajando en este campo, me decidí a ampliar mi capacitación para poder ascender y acceder a un puesto de dirección. En TECH encontré el programa más adecuado y adaptado a mis necesidades, por lo que no lo dudé en ningún momento y decidí matricularme. Sin duda, ha sido una de las mejores decisiones de mi vida a nivel educativo, ya que, gracias a ello, hoy poseo un puesto adaptado a mis conocimientos”

09

Dirección del curso

Los docentes de este programa de TECH disponen de una elevada experiencia profesional en empresas internacionales. Y es que han ocupado puestos de liderazgo en Logística y Operaciones en compañías de amplio prestigio, contribuyendo también de manera significativa impulsar la gestión directiva más eficiente. Además, están capacitados en la implementación de herramientas innovadoras que mejoran el desarrollo de los procesos. Así, gracias a esa combinación de habilidades y conocimientos actualizados, este claustro proporciona a los egresados de TECH todas las competencias para enfrentar los principales desafíos empresariales.



“

El cuadro docente de este programa destaca por su dilatada experiencia en Logística y Operaciones con la cual te ofrecerán las claves para este complejo sector directivo”

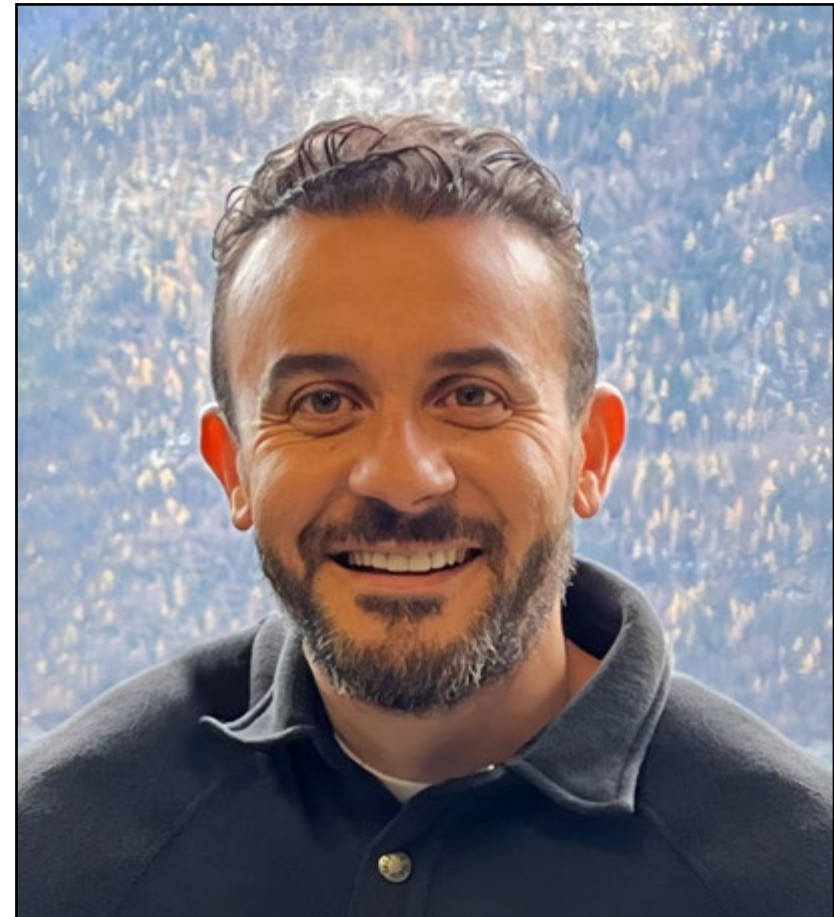
Director Invitado Internacional

Mahmoud Shama es un ejecutivo con **dilatada experiencia** en la **dirección y gestión** de **cadena de suministro**. Su trayectoria cuenta con **reconocimiento internacional** gracias a su capacidad para implementar **estrategias integrales** que **optimizan costos, impulsan eficiencias**, aseguran el **cumplimiento normativo** y ofrecen un alto nivel de calidad en el servicio y satisfacción del cliente.

En su recorrido profesional dedicado al ámbito de la Logística, se ha desempeñado en tareas diversas. Entre ellas destacan la planificación de la **demanda** y el **suministro**, también en la aplicación de las **claves del S&OP, control de inventarios, compras, almacenamiento, análisis de redes**, entre otros. Al mismo tiempo, este experto se caracteriza por una incuestionable capacidad de **liderazgo y motivación** de los empleados a su cargo. Así, se ha convertido en un referente para las **multinacionales** más importantes del mundo.

Con la **empresa Red Bull**, Mahmoud Shama ha ejercido diferentes funciones, principalmente como **Director Senior de Cadena de Suministros**. De manera específica, se ha dedicado a mejorar la precisión de las **previsiones y minimizar el desperdicio**. A la vez, ha asegurado el desarrollo de una rigurosa **gestión de inventarios**.

Otras de las corporaciones donde ha trabajado este especialista es **Mondelēz International**, como Director de **Planificación de la Demanda** para América del Norte y como Senior Manager de **Servicio al Cliente y Logística**. Desde esas posiciones ha dirigido la **estrategia global de XC&L**, supervisando también la fabricación externa de alguno de los productos más distintivos de la marca. Además, su paso por otras marcas como **Johnson & Johnson, Kraft Foods Group, Cadbury** o **PepsiCo**, la ha permitido acumular conocimientos y perspectivas directas sobre las diferentes metodologías y tecnologías que fomentan entornos operativos más productivos y organizados. Por otra parte, este directivo posee un **MBA en Negocios** que, unido a su experiencia técnica, refuerzan su agudeza empresarial.



D. Shama, Mahmoud

- ♦ Director de Planificación de la Demanda para Norteamérica en Mondelēz International
- ♦ Director de Planificación y S&OP Global en Johnson & Johnson
- ♦ Director de Atención al Cliente y Logística en Mondelēz International
- ♦ Director de Suministro de Productos y Líder de S&OP en Kraft Foods Group
- ♦ Director de Planificación, S&OP y Proyectos MENA en Cadbury
- ♦ Director de Planificación de Materiales y Compras en PepsiCo
- ♦ MBA en Negocios por la Escuela de Administración de Maastricht
- ♦ Licenciatura en Ingeniería Mecánica por la Universidad Americana de El Cairo

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

*Una Experiencia de
capacitación única, clave y
decisiva para impulsar tu
desarrollo profesional”*

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!”

09

Impacto para tu carrera

Somos conscientes 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, ponemos todos nuestros esfuerzos y herramientas a tu disposición para que adquieras las habilidades y destrezas necesarias que te permitan lograr ese cambio.



“

La implicación para que alcances tus objetivos es máxima. Encontrarás todos los recursos y facilidades que necesitas a tu alcance”

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

El MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer) de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar los retos y decisiones empresariales a nivel logístico, tanto en el ámbito nacional como internacional. 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.

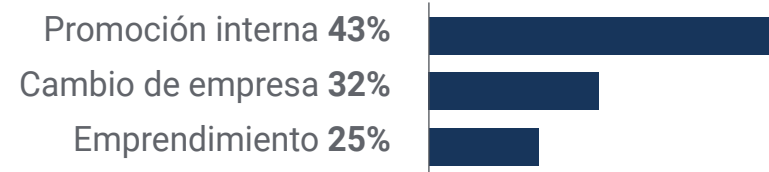
No dejes pasar la oportunidad de especializarte con nosotros y logra la mejora que estabas buscando.

Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, nuestro programa te ayudará a conseguirlo.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**



10

Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating 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 tu capacitación y mejorando tus habilidades directivas. 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.



“

Tras estudiar con nosotros podrás aportar a tu compañía nuevos planteamientos y estrategias que supongan un plus para su desarrollo”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

Aportarás 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

Serás 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

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

06

Aumento de la competitividad

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

11

Titulación

El MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Universidad Latinoamericana y del Caribe.



“

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

El programa del **MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer)** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por la Universidad Latinoamericana y del Caribe.

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

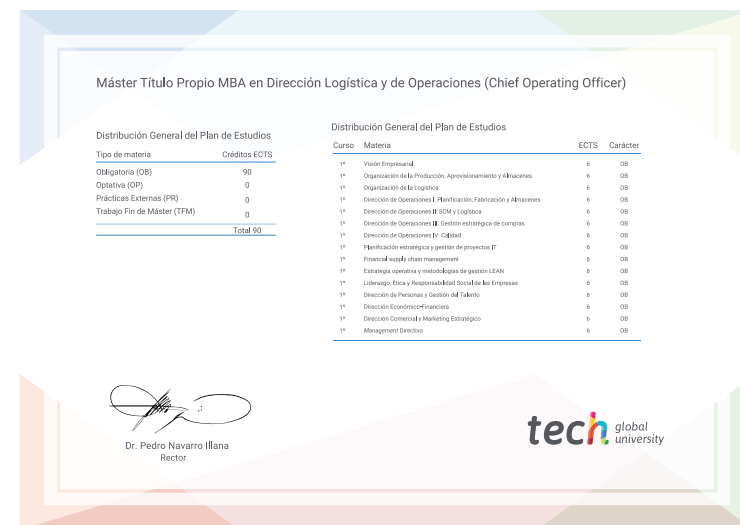
Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional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

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección Logística y de Operaciones (COO, Chief Operating Officer)**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



Máster Título Propio
MBA en Dirección
Logística y de Operaciones
(COO, Chief Operating Officer)

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad ULAC
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

MBA en Dirección Logística
y de Operaciones
(COO, Chief Operating Officer)