

Máster Título Propio

MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)

M B A E C S O



Máster Título Propio MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**
- » Dirigido a: **titulados superiores y profesionales con experiencia demostrable en dirección y management**

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-estrategia-cso-chief-strategy-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. 36

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 44

09

Dirección del curso

pág. 48

10

Impacto para tu carrera

pág. 70

11

Beneficios para tu empresa

pág. 74

12

Titulación

pág. 76

01 Bienvenida

La competencia creciente ha hecho que las estrategias empresariales deban refinarse y adaptarse a situaciones inciertas. Por ello, cada vez se otorga mayor importancia a la figura del *Chief Strategy Officer* o CSO. Este directivo debe poseer unas amplias habilidades en dirección estratégica, comportamiento organizacional, *business analytics* y planificación. En este programa, el empresario tendrá acceso a las claves y competencias necesarias para posicionarse como un CSO de prestigio, accediendo a un material didáctico redactado por líderes versados en el campo del análisis estratégico, con una metodología 100% online. A esto se suma el acceso a una serie exclusiva de 10 *Masterclasses* complementarias, diseñadas por un prestigioso especialista internacional en Gestión, Estrategia y Desarrollo de Negocios.



MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer).
TECH Global University



“

Gracias a esta innovadora titulación de TECH, podrás acceder a un conjunto de 10 Masterclasses únicas y adicionales, desarrolladas por un experto internacional en Gestión, Estrategia y Desarrollo de Negocios”

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 Global University



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 Global University.

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

04 Objetivos

El presente programa se ha diseñado con el claro objetivo en mente de perfeccionar las habilidades del directivo para respaldar, de forma contundente, su propuesta de valor como CSO. Para ello se tratarán, a lo largo de todo el temario, todos los temas teóricos de relevancia en el desarrollo y creación de estrategias empresariales, contextualizados adecuadamente con casos y ejemplos reales que facilitan el aprendizaje.



“

Tendrás acceso total a lecturas complementarias seleccionadas específicamente por el equipo docente, pudiendo profundizar en los temas estratégicos que más te interesen”

Sus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarle a conseguirlos.

El MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) capacitará al alumno para:

01

Definir los elementos de la estrategia como fundamento principal de la dirección estratégica

04

Desarrollar e implantar la estrategia más adecuada para cumplir los objetivos de la empresa

02

Conocer los diferentes tipos de estrategia que se pueden llevar a cabo en una empresa



03

Analizar el comportamiento estratégico de una organización a distintos niveles

05

Describir la lógica del proceso de dirección estratégica y el significado de cada una de sus fases

06

Definir las relaciones básicas de la empresa con su entorno

08

Identificar las distintas sendas de crecimiento por las que pueden optar las empresas

09

Aplicar los conocimientos teóricos a situaciones reales mediante casos prácticos

07

Analizar la influencia de los *Stakeholders* o grupos de interés sobre la empresa

10

Fomentar una actitud emprendedora y creativa

11

Describir las características, problemáticas e implicaciones humanas, económicas, político-legales y organizativas de las diferentes modalidades de desarrollo estratégico

12

Desarrollar estrategias y metodologías para llevar a cabo procesos de toma de decisión en situaciones críticas o decisivas

13

Aplicar técnicas adecuadas para la gestión de los recursos humanos

14

Desarrollar habilidades de liderazgo que logren la motivación del equipo



15

Aplicar técnicas de Marketing que favorezcan el conocimiento de la empresa

16

Llevar a cabo políticas para la fijación de precios



17

Gestionar de manera adecuada las compras y la cadena de suministro

18

Conocer el entorno globalizado en el que se mueve la compañía y desarrollar estrategias que favorezcan la internacionalización de la empresa

05

Competencias

Para garantizar un desarrollo exhaustivo y eficaz de las competencias esenciales en el trabajo diario de un *Chief Strategy Officer*, TECH ha hecho especial hincapié durante todo el programa en la adquisición y perfeccionamiento de las soft skills más demandadas. Esto conlleva un mayor énfasis en cuestiones como la gestión del talento, dirección de personas o administración del tiempo y esfuerzos, todas ellas competencias altamente valoradas en los directivos del siglo XXI.



“

Dirigirás tu carrera hacia el ámbito más elevado de la estrategia operacional y empresarial, adquiriendo el rol de CSO con solvencia y eficacia”

01

Explorar las nuevas oportunidades de negocio y apostar por la innovación y el emprendimiento

02

Llevar a cabo la gestión financiera de la empresa

03

Diseñar y llevar a cabo un planeamiento estratégico que cumpla con los objetivos de la empresa y con los criterios de sostenibilidad vigentes

04

Realizar análisis estratégicos internos y externos

05

Desarrollar estrategias para la prevención y control de riesgos



06

Desarrollar las habilidades directivas precisas para saber gestionar todos los departamentos de la compañía

08

Aplicar una estrategia internacional que permita mejorar los beneficios de la empresa



07

Analizar los datos de la estrategia de la compañía

09

Diseñar una estrategia de compras y aprovisionamiento que permita mejorar la rentabilidad de la empresa

10

Aplicar técnicas de coaching e inteligencia emocional para dirigir y promover el rendimiento de los trabajadores

06

Estructura y contenido

El MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) ha sido estructurado siguiendo la metodología pedagógica de TECH, el *Relearning*, lo que permite una flexibilidad total a la hora de asumir la carga lectiva. Se consigue un ahorro considerable en el número de horas de estudio invertidas, pues los conceptos más importantes sobre la estrategia y gestión se adquieren de forma natural, con una reiteración de los mismos a lo largo de todo el programa.



“

Ponemos todos nuestros recursos a tu alcance para que desarrolles las destrezas necesarias para lograr un futuro profesional exitoso”

Plan de estudios

El MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que le preparará para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel estratégico y de dirección general. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional, ayudándole a conseguir el éxito. El contenido de este programa 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 programa, analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje profundo que le permitirá aplicar los conocimientos aprendidos en su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

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

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

- | | |
|------------------|---|
| Módulo 1 | Management and strategy |
| Módulo 2 | Modalidades de desarrollo estratégico |
| Módulo 3 | Planificación estratégica y control de gestión financiera |
| Módulo 4 | Comportamiento organizacional |
| Módulo 5 | Dirección estratégica de personas |
| Módulo 6 | Habilidades directivas |
| Módulo 7 | Strategy in Marketing Management |
| Módulo 8 | Estrategia empresarial y estrategia de operaciones |
| Módulo 9 | Business & international strategy |
| Módulo 10 | Business analytics and Big Data |
| 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 MBA Estrategia (CSO, Chief Strategy 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. Management and strategy

1.1. Pensamiento estratégico 1.1.1. La estrategia y su finalidad 1.1.2. <i>Strategic Thinking and Strategist Skills</i> 1.1.3. Pensamiento lateral y estrategia de océanos azules 1.1.4. Neurociencia aplicada la estrategia	1.2. Decisiones y decisores estratégicos 1.2.1. Gobierno corporativo 1.2.2. Equipos directivos 1.2.3. Creación de valor	1.3. Estrategia competitiva 1.3.1. Análisis del mercado 1.3.2. Ventaja competitiva sostenible 1.3.3. Retorno de la inversión	1.4. Estrategia corporativa 1.4.1. <i>Driving Corporate Strategy</i> 1.4.2. <i>Pacing Corporate Strategy</i> 1.4.3. <i>Framing Corporate Strategy</i>
1.5. Planificación y estrategia 1.5.1. Relevancia de la dirección estratégica en el proceso de control de gestión 1.5.2. Análisis del entorno y la organización	1.6. Implantación de la estrategia 1.6.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos 1.6.2. Mapa estratégico 1.6.3. Diferenciación y alineamiento	1.7. Modelos de análisis estratégico 1.7.1. Análisis interno 1.7.2. Análisis externo 1.7.3. Fuentes de ventaja competitiva en el sector 1.7.4. Ventajas, desventajas y eficacia del análisis estratégico	1.8. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos 1.8.1. TQM (<i>Total Quality Management</i>) 1.8.2. Seis Sigma y <i>Six Sigma</i> como sistema de gestión empresarial 1.8.3. Modelo EFQM
1.9. Lean Management 1.9.1. Principios básicos de <i>Lean Management</i> 1.9.2. Grupos de mejora y resolución de problemas 1.9.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad	1.10. Ética y Strategic Management 1.10.1. Integración de la ética y la estrategia 1.10.2. Motivación humana y ética 1.10.3. Calidad ética de las organizaciones		

Módulo 2. Modalidades de desarrollo estratégico

2.1. Alianzas estratégicas 2.1.1. <i>Joint ventures</i> 2.1.2. Consorcios de exportación 2.1.3. Centrales de compra 2.1.4. Otros tipos de cooperación	2.2. Emprendimiento corporativo 2.2.1. Exploración de nuevas oportunidades de negocio 2.2.2. Creación de prototipos y desarrollo interno 2.2.3. Agentes de cambio interno 2.2.4. Proyectos emergentes y disrupción	2.3. Innovación estratégica 2.3.1. Innovación abierta y triple hélice 2.3.2. Factores de éxito y fracaso de la innovación 2.3.3. Impacto de la gestión de la innovación en la performance empresarial 2.3.4. Pensamiento creativo y <i>Design Thinking</i>	2.4. Políticas de inversión 2.4.1. Métodos de valoración de empresas 2.4.2. Estrategia y control de riesgos 2.4.3. Fuentes de financiación
2.5. Desarrollo interno	2.6. Fusiones y adquisiciones 2.6.1. Implicaciones financieras y organizativas de las Fusiones y Adquisiciones 2.6.2. Análisis y valoración de sinergias. 2.6.3. Técnicas y enfoques de la negociación.	2.7. Estrategias de diversificación 2.7.1. Especialización vs. Diversificación 2.7.2. Elección del modo de entrada en la diversificación 2.7.3. Diversificación empresarial y resultados 2.7.4. Estrategias de reestructuración de la cartera de negocios	2.8. Direcciones de desarrollo de la estrategia
2.9. Criterios de éxito	2.10. Retos e implicaciones para el desarrollo de la estrategia		

Módulo 3. Planificación estratégica y control de gestión financiera

<p>3.1. Control de gestión</p> <p>3.1.1. Política financiera y crecimiento</p> <p>3.1.2. La información como herramienta del control de gestión</p> <p>3.1.3. Control de gestión como sistema de planificación y dirección</p> <p>3.1.4. Funciones del <i>Controller</i></p> <p>3.1.5. Ámbito de aplicación del control de gestión</p>	<p>3.2. Información financiera y decisiones de gestión</p> <p>3.2.1. Contabilidad financiera o legal</p> <p>3.2.2. Contabilidad analítica o de costes</p> <p>3.2.3. Contabilidad de control</p>	<p>3.3. Gestión de tesorería</p> <p>3.3.1. Fondo de maniobra contable y fondo de maniobra necesario</p> <p>3.3.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos</p> <p>3.3.3. <i>Credit Management</i></p> <p>3.3.4. Gestión de fondos, patrimonios y <i>family offices</i></p>	<p>3.4. Cash Management</p> <p>3.4.1. Financiación bancaria del circulante</p> <p>3.4.2. Organización del departamento de tesorería</p> <p>3.4.3. Gestión centralizada de la tesorería</p>
<p>3.5. Planificación y control de los centros de responsabilidad</p> <p>3.5.1. Diseño de un sistema de control de gestión</p> <p>3.5.2. Desviaciones en control de gestión</p>	<p>3.6. El proceso de formulación y planificación estratégica</p> <p>3.6.1. Formulación y contenido del plan estratégico</p> <p>3.6.2. <i>Balanced Scorecard</i></p> <p>3.6.3. Terminología y conceptos básicos</p>	<p>3.7. Planificación organizacional</p> <p>3.7.1. Unidades de negocio y precios de transferencia</p> <p>3.7.2. Centros de fabricación, producción, apoyo y ventas</p> <p>3.7.3. Funciones y responsabilidades de la dirección financiera</p>	<p>3.8. Indicadores como herramienta de control</p> <p>3.8.1. Cuadro de mando</p> <p>3.8.2. Número y formato de los indicadores</p> <p>3.8.3. Planificación estratégica</p>
<p>3.9. Gestión para crear valor</p>	<p>3.10. Financiación del desarrollo de la estrategia</p>		

Módulo 4. Comportamiento organizacional

<p>4.1. Comportamiento organizativo</p> <p>4.1.1. Las organizaciones</p> <p>4.1.2. Teoría de la organización</p> <p>4.1.3. Las organizaciones, las personas y la sociedad</p> <p>4.1.4. Evolución histórica del comportamiento organizativo</p>	<p>4.2. Cultura organizacional</p> <p>4.2.1. Valores y cultura organizativa</p> <p>4.2.2. Elementos clave del cambio en las organizaciones</p> <p>4.2.3. Evolución del pensamiento científico y la organización como sistema</p> <p>4.2.4. Cultura y transformación</p>	<p>4.3. Dirección de la organización</p> <p>4.3.1. Niveles y las cualidades directivas</p> <p>4.3.2. Función de planificación y organización</p> <p>4.3.3. Función de gestión y de control</p> <p>4.3.4. El nuevo rol del director de RR.HH</p>	<p>4.4. Gestión del conocimiento</p> <p>4.4.1. Inteligencia colectiva vs. Gestión del conocimiento</p> <p>4.4.2. Perspectivas e instrumentos para la gestión del conocimiento</p> <p>4.4.3. Entornos colaborativos y comunidades de aprendizaje</p>
<p>4.5. Las personas en las organizaciones</p> <p>4.5.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico</p> <p>4.5.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones</p> <p>4.5.3. <i>Coaching</i> y <i>gestión de equipos</i></p>	<p>4.6. Estructura de la organización</p> <p>4.6.1. Principales mecanismos de coordinación</p> <p>4.6.2. Departamentos y organigramas</p> <p>4.6.3. Autoridad y responsabilidad</p> <p>4.6.4. <i>El empowerment</i></p>	<p>4.7. Tipos de estructuras</p>	<p>4.8. Procesos</p>
<p>4.9. Relaciones</p>	<p>4.10. Configuraciones</p>		

Módulo 5. Dirección estratégica de personas

5.1. Liderazgo estratégico para la economía de los intangibles

- 5.1.1. Estrategias de alineamiento cultural
- 5.1.2. Liderazgo corporativo y diferenciador
- 5.1.3. Agente de cambio y transformación

5.2. Pensamiento estratégico y sistema

- 5.2.1. La empresa como un sistema
- 5.2.2. Pensamiento estratégico derivado de la cultura corporativa
- 5.2.3. El planteamiento estratégico desde la dirección de personas
- 5.2.4. Diseño e implementación de políticas y prácticas de personal

5.3. Diseño organizativo estratégico

- 5.3.1. *Modelo de business partners*
- 5.3.2. *Share Services*
- 5.3.3. *Outsourcing*

5.4. *HR analytics*

- 5.4.1. *Big Data y Business Intelligence. (BI)*
- 5.4.2. Análisis y modelización de datos de RRHH
- 5.4.3. Diseño y desarrollo de métricas de RRHH

5.5. Liderazgo estratégico

- 5.5.1. Modelos de liderazgo
- 5.5.2. *Coaching*
- 5.5.3. *Mentoring*
- 5.5.4. Liderazgo transformacional

5.6. Auditoría y control estratégico en gestión de personas

- 5.6.1. Razones para la auditoría
- 5.6.2. Herramientas de recogida de información y de análisis
- 5.6.3. El informe de auditoría

5.7. Gestión de recursos humanos

5.8. Organización del personal

5.9. Personal y comportamiento

5.10. Ventaja competitiva basada en el personal

Módulo 6. Habilidades directivas

6.1. Oratoria y formación de portavoces

- 6.1.1. Comunicación interpersonal
- 6.1.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 6.1.3. Barreras para la comunicación

6.2. Comunicación y liderazgo

- 6.2.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 6.2.2. Motivación
- 6.2.3. Capacidades y habilidades del líder 2.0

6.3. *Branding personal*

- 6.3.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 6.3.2. Leyes del *branding personal*
- 6.3.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

6.4. Gestión de equipos

- 6.4.1. Equipos de trabajo y dirección de reuniones
- 6.4.2. Gestión de procesos de cambio
- 6.4.3. Gestión de equipos multiculturales
- 6.4.4. *Coaching*

6.5. Negociación y resolución de conflictos

- 6.5.1. Técnicas de negociación efectiva
- 6.5.2. Conflictos interpersonales
- 6.5.3. Negociación intercultural

6.6. Inteligencia emocional

- 6.6.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 6.6.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 6.6.3. Autoestima y lenguaje emocional

6.7. Capital relacional: *coworking*

- 6.7.1. Gestión del capital humano
- 6.7.2. Análisis del rendimiento
- 6.7.3. Gestión de la igualdad y diversidad
- 6.7.4. Innovación en la gestión de personas

6.8. Gestión del tiempo

- 6.8.1. Planificación, organización y control
- 6.8.2. Metodología de la gestión del tiempo
- 6.8.3. Planes de acción
- 6.8.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

6.9. Teoría de juegos

6.10. Gestión del cambio estratégico

Módulo 7. Strategy in Marketing Management

<p>7.1. Marketing Management</p> <p>7.1.1. <i>Positioning and Value Creation</i></p> <p>7.1.2. Orientación y posicionamiento de la empresa al Marketing</p> <p>7.1.3. Marketing estratégico vs. Marketing operativo</p> <p>7.1.4. Objetivos en dirección de Marketing</p> <p>7.1.5. Comunicaciones integradas de Marketing</p>	<p>7.2. Función del Marketing estratégico</p> <p>7.2.1. Principales estrategias de Marketing</p> <p>7.2.2. Segmentación, <i>Targeting</i> y posicionamiento</p> <p>7.2.3. Gestión del Marketing estratégico</p>	<p>7.3. Dimensiones de la estrategia del Marketing</p> <p>7.3.1. Recursos e inversiones necesarias</p> <p>7.3.2. Fundamentos de la ventaja competitiva</p> <p>7.3.3. Comportamiento competitivo de la empresa</p> <p>7.3.4. <i>Focus Marketing</i></p>	<p>7.4. Estrategias de desarrollo de nuevos productos</p> <p>7.4.1. Creatividad e innovación en Marketing</p> <p>7.4.2. Generación y filtrado de ideas</p> <p>7.4.3. Análisis de viabilidad comercial</p> <p>7.4.4. Desarrollo, pruebas de mercado y comercialización</p>
<p>7.5. Políticas de fijación de precios</p> <p>7.5.1. Metas a corto y largo plazo</p> <p>7.5.2. Tipos de fijación de precios</p> <p>7.5.3. Factores que influyen en la determinación del precio</p>	<p>7.6. Estrategias de promoción y Merchandising</p> <p>7.6.1. Gestión de la publicidad</p> <p>7.6.2. Plan de comunicación y medios</p> <p>7.6.3. El <i>Merchandising</i> como técnica de Marketing</p> <p>7.6.4. <i>Visual Merchandising</i></p>	<p>7.7. Estrategias de distribución, expansión e intermediación</p> <p>7.7.1. Externalización de la fuerza de ventas y atención al cliente</p> <p>7.7.2. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios</p> <p>7.7.3. Gestión del ciclo de ventas</p>	<p>7.8. Desarrollo del plan de Marketing</p> <p>7.8.1. Análisis y diagnóstico</p> <p>7.8.2. Decisiones estratégicas</p> <p>7.8.3. Decisiones operativas</p>
<p>7.9. Nuevos medios de Marketing</p>	<p>7.10. Marketing internacional</p>		

Módulo 8. Estrategia empresarial y estrategia de operaciones

<p>8.1. Nuevos escenarios en Supply Chain Management</p> <p>8.1.1. Gestión en entornos multiculturales</p> <p>8.1.2. La innovación en SCM</p> <p>8.1.3. Orientación a la demanda a través de operaciones flexibles</p> <p>8.1.4. Filosofías y técnicas utilizadas en Japón</p>	<p>8.2. Visión global de la Supply Chain Management</p> <p>8.2.1. Oportunidades y amenazas de la SCM</p> <p>8.2.2. Diseño estratégico de la <i>Supply Chain</i></p> <p>8.2.3. Tendencias</p>	<p>8.3. La estrategia de operaciones</p> <p>8.3.1. Introducción a la estrategia y niveles estratégicos</p> <p>8.3.2. La gestión por procesos</p> <p>8.3.3. Gestión de stocks</p>	<p>8.4. Toma de decisiones en logística</p> <p>8.4.1. Análisis de decisiones</p> <p>8.4.2. La dirección y la planificación global de operaciones</p> <p>8.4.3. Gestión del riesgo en SC</p> <p>8.4.4. Toma de decisiones <i>Hard</i> y <i>Soft</i></p>
<p>8.5. Lean Operations Strategy</p> <p>8.5.1. Sinergias estratégicas con áreas funcionales</p> <p>8.5.2. Operadores logísticos</p> <p>8.5.3. Matriz proceso-producto</p>	<p>8.6. Gestión estratégica de compras</p> <p>8.6.1. Nuevos retos en la gestión de compras, <i>Sourcing</i> y aprovisionamiento</p> <p>8.6.2. Función de compras en la empresa y en la cadena de suministro</p> <p>8.6.3. Función de compras como proveedora de recursos</p> <p>8.6.4. Aspectos legales de la función de compras</p>	<p>8.7. Aprovisionamiento estratégico</p> <p>8.7.1. Selección y desarrollo de proveedores</p> <p>8.7.2. Generación de valor desde el aprovisionamiento estratégico</p> <p>8.7.3. Operadores logísticos en aprovisionamiento</p>	<p>8.8. Diseño de la estrategia de compras</p> <p>8.8.1. Externalización</p> <p>8.8.2. Subcontratación de procesos</p> <p>8.8.3. Globalización</p> <p>8.8.4. Deslocalización</p>
<p>8.9. Estrategia de operaciones en manufactura</p>	<p>8.10. Estrategia de operaciones en servicios</p>		

Módulo 9. Business & international strategy

9.1. Business & international strategy

- 9.1.1. Internacionalización
- 9.1.2. *Growth & development in emerging markets*
- 9.1.3. Sistema monetario internacional

9.2. Dirección estratégica de negocios internacionales

- 9.2.1. La internacionalización en el nuevo orden mundial
- 9.2.2. La influencia de la cultura en los negocios internacionales
- 9.2.3. La selección de mercados y países
- 9.2.4. Deslocalización y *offshoring*

9.3. Estrategias de internacionalización

- 9.3.1. Razones y requisitos para la salida a mercados exteriores
- 9.3.2. Alianzas estratégicas en el proceso de expansión internacional
- 9.3.3. Formas de entrada en nuevos mercados internacionales

9.4. Decisiones de internacionalización

- 9.4.1. Estudios de mercado y toma de decisiones
- 9.4.2. Elección de la localización y modo de operación
- 9.4.3. Elección de la forma jurídica adecuada

9.5. Etapas del proceso de internacionalización

- 9.5.1. Análisis de demanda internacional
- 9.5.2. Diagnóstico del potencial de exportación
- 9.5.3. Planificación de la internacionalización
- 9.5.4. Etapas en la exportación

9.6. Internacionalización según el tipo de empresa

- 9.6.1. Empresas de producto y empresas de servicio
- 9.6.2. Empresas internacionalizadas y empresas multinacionales
- 9.6.3. La pyme y su modelo de internacionalización

9.7. Obstáculos a la internacionalización

- 9.7.1. Restricciones legales
- 9.7.2. Obstáculos logísticos, financieros y comerciales
- 9.7.3. Obstáculos en la inversión directa

9.8. Cross-cultural Management

- 9.8.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
- 9.8.2. La globalización en la gestión empresarial
- 9.8.3. Liderazgo intercultural

9.9. Diversidad internacional y rendimiento

9.10. Variedad de productos y mercados

Módulo 10. Business analytics and Big Data

10.1. Gestión estratégica basada en datos

10.2. Inteligencia de clientes (CRM)

10.3. Fuentes de datos y captación de información

10.4. Almacenamiento y procesamiento

10.5. Análisis de datos masivos para la estrategia

10.6. Programación científica y Python

10.7. Análisis estadístico con R

10.8. Machine Learning para el Business Analytics

10.9. Minería de texto y lenguaje natural

10.10. Integración de herramientas para la estrategia

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 2030
- 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. 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. Comunicación directiva

- 12.7.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 12.7.2. Departamentos de Comunicación
- 12.7.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

12.8. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 12.8.1. La productividad
- 12.8.2. 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 digital y comercio electrónico

- 14.2.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
- 14.2.2. Marketing Digital y medios que emplea
- 14.2.3. Comercio electrónico. Contexto general
- 14.2.4. Categorías del comercio electrónico
- 14.2.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional

14.3. Marketing digital para reforzar la marca

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

14.4. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

- 14.4.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 14.4.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.4.3. *Hipersegmentación*

14.5. Gestión de campañas digitales

- 14.5.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 14.5.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 14.5.3. Errores de las campañas de publicidad digital

14.6. Estrategia de ventas

- 14.6.1. Estrategia de ventas
- 14.6.2. Métodos de ventas

14.7. Comunicación Corporativa

- 14.7.1. Concepto
- 14.7.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 14.7.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 14.7.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 14.7.5. Elementos de la comunicación
- 14.7.6. Problemas de la comunicación
- 14.7.7. Escenarios de la comunicación

14.8. Comunicación y reputación digital

- 14.8.1. Reputación online
- 14.8.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 14.8.3. Herramientas de reputación online
- 14.8.4. Informe de reputación online
- 14.8.5. *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. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

- 15.4.1. La comunicación interpersonal
- 15.4.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 15.4.3. La comunicación en la organización
- 15.4.4. Herramientas en la organización

15.5. Comunicación en situaciones de crisis

- 15.5.1. Crisis
- 15.5.2. Fases de la crisis
- 15.5.3. Mensajes: contenidos y momentos

15.6. Preparación de un plan de crisis

- 15.6.1. Análisis de posibles problemas
- 15.6.2. Planificación
- 15.6.3. Adecuación del personal

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 Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) es un programa dirigido a profesionales del sector que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de llevar a cabo con éxito su labor y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.





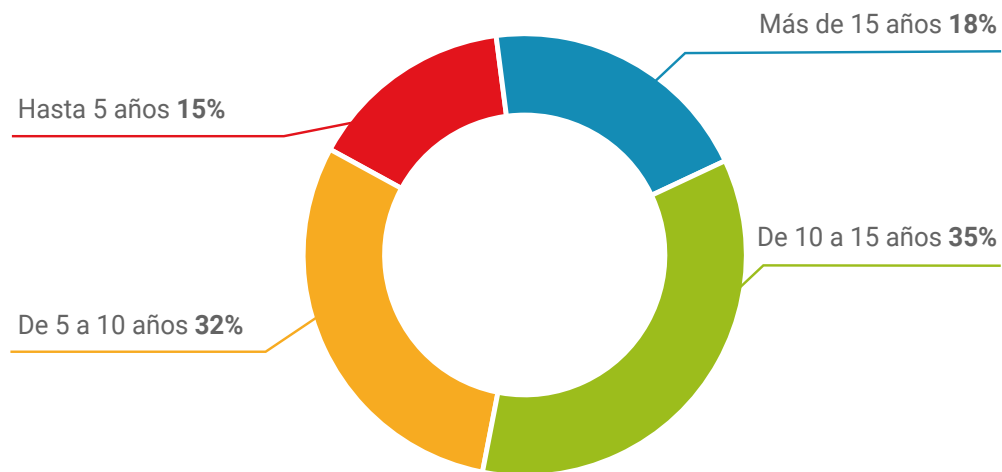
“

Si tienes experiencia en dirección y management, y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa”

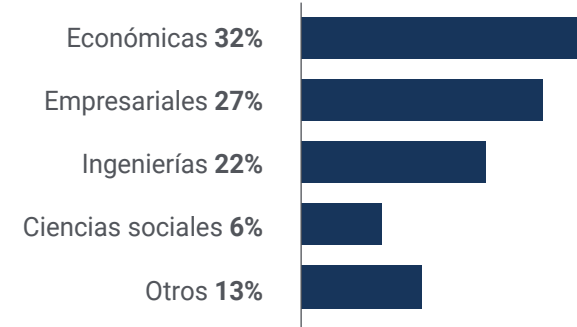
Edad media

Entre **35** y **45** años

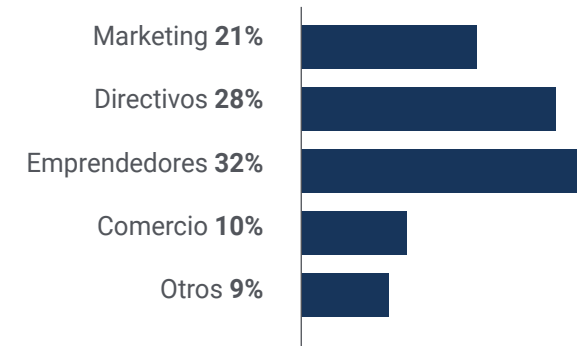
Años de experiencia



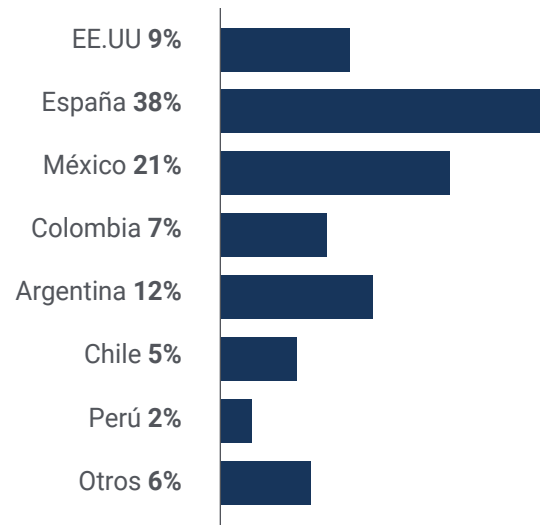
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Nacho Ruiz

Chief Strategy Officer

“En mi profesión, es imprescindible continuar constantemente especializándose, ya que cada vez surgen nuevas técnicas y herramientas que son indispensables para el desarrollo adecuado de la empresa. Por ello, llevaba tiempo buscando un programa que me permitiera ponerme al día. Por suerte, en TECH encontré este MBA en Estrategia(CSO, Chief Strategy Officer), una capacitación clave para evolucionar profesional y personalmente”

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en dirección estratégica empresarial, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el máster de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.



“

Te guiará durante toda la enseñanza un equipo docente altamente capacitado en la dirección estratégica empresarial, obteniendo una tutorización completamente personalizada”

Director Invitado Internacional

Ilias Jumadilov es un destacado profesional internacional con una amplia experiencia en Europa, Asia y las Américas. De hecho, su carrera se ha centrado en la Gestión, la Estrategia y el Desarrollo de Negocios, logrando éxitos notables en diversas regiones.

Así, se ha desempeñado como Director de Estrategia Corporativa en Schneider Electric, donde ha liderado el proceso y la plataforma de estrategia global. En este sentido, su enfoque innovador ha permitido identificar más de 100 mil millones de euros en nuevas oportunidades de crecimiento y ha sido fundamental, tanto en la construcción de modelos de pronóstico, como en la entrega de conocimientos estratégicos, lo que ha fortalecido la posición competitiva de la empresa.

Asimismo, ha ocupado el cargo de Director de Operaciones de Ventas Internacionales y Europa en la misma institución, donde ha liderado la transformación comercial en diversos países, estableciendo organizaciones de excelencia en ventas que han aumentado significativamente la eficiencia y la productividad. Cabe destacar que más de 10.000 representantes de ventas en todo el mundo han adoptado su capacidad para implementar procesos clave de ventas y su enfoque en la segmentación del portafolio de clientes, consolidando su reputación como líder en ventas y transformación digital.

Además de su trayectoria en Schneider Electric, Ilias Jumadilov ha asesorado a startups en temas clave, como la Inteligencia Artificial, el metaverso y los negocios internacionales, aportando su profundo conocimiento en aplicaciones comerciales de IA y su capacidad para orientar estrategias competitivas. Igualmente, su experiencia en Blockchain lo ha llevado a cofundar la Red Blockchain de Asia Central y a contribuir significativamente a la legislación de la moneda digital en Kirguistán. A esto se suma su trabajo para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y otras organizaciones, que ha destacado por su impacto y relevancia en el ámbito tecnológico y económico.



D. Jumadilov, Ilias

- Director de Estrategia Corporativa en Schneider Electric, Boston y Hong Kong
- Asesor de *startups* en Inteligencia Artificial, metaverso y negocios internacionales
- Director de Operaciones de Ventas Internacionales y Europa en Schneider Electric, Barcelona y Almaty
- Gerente de Producto y Marketing en Schneider Electric, Grenoble
- Cofundador de la Asociación Red *Blockchain* de Asia Central
- Máster en Ciencias Económicas por la Universidad Grenoble Alpes, Francia
- Curso Universitario en Tecnología del Emprendimiento por la Universidad de Stanford, Estados Unidos
- Licenciado en Economía y Gestión por la Universidad Nacional Estatal de Kirguistán

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: satisfacer las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar una “descarbonización rentable”** y **revisar un panorama fragmentado de datos, digital y 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

“

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

Dirección



Dr. Fernández Curtiella, Francisco Javier

- ♦ Investigador del Observatorio Centro Internacional en Innovación Continua
- ♦ Profesor de Filosofía y coordinador del Departamento de Ciencias Sociales del Colegio San Gabriel
- ♦ Profesor en Fundación HÔRREUM
- ♦ Doctor en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Licenciado en Filosofía por la Universidad de Barcelona
- ♦ Certificado de Aptitud Pedagógica por la Universidad de Barcelona
- ♦ Investigador en UPV/EHU



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, en TECH ponemos todos nuestros recursos a su disposición para que adquiera la especialización que busca en poco tiempo, y de esta manera, lograr un cambio profesional positivo que cumpla sus expectativas laborales.



“

Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguir el cambio profesional que deseas”

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

El MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) de TECH es un programa intensivo que le preparará para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel estratégico y de dirección general. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional y ayudarle a conseguir el éxito.

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

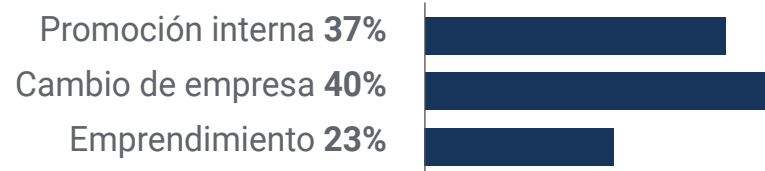
TECH pone todos sus recursos a tu disposición para que te capacites para el éxito.

Una especialización superior te permitirá obtener una mejora a nivel profesional.

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%**



11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy 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 su capacitación y mejorando sus habilidades directivas. Pero, 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 tendrás una visión más global de la empresa que te permitirá marcar un antes y un después en tu negocio”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

Aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que puedan 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

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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

05

Desarrollo de proyectos propios

Podrás 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 Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

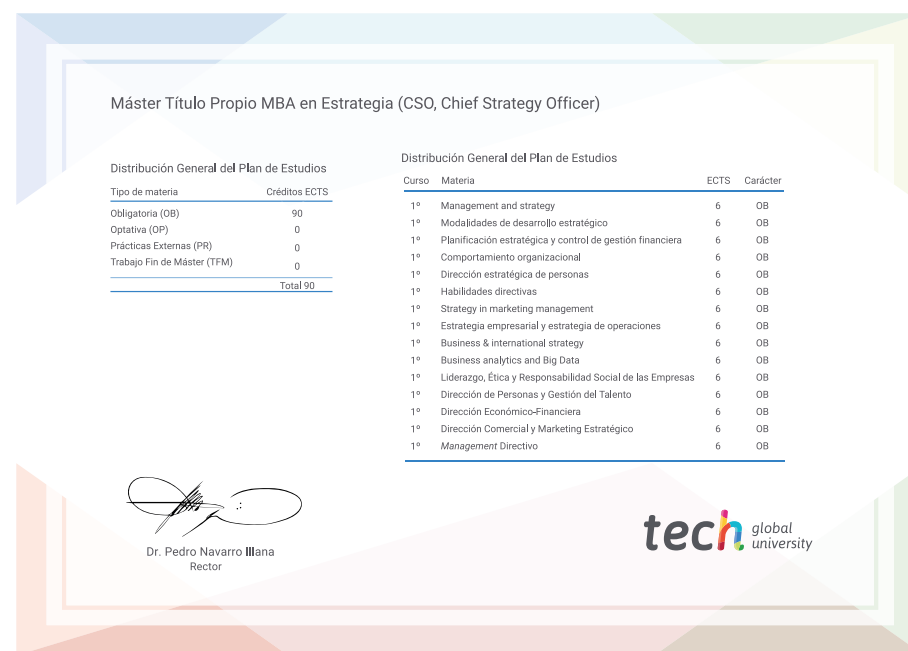
Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Máster Título Propio MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy 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 Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Máster Título Propio MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)

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

Máster Título Propio

MBA en Estrategia

(CSO, Chief Strategy Officer)

