

Máster Título Propio

MBA en Selección de Personal

M B A S P



Máster Título Propio MBA en Selección de Personal

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

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-seleccion-personal

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 26

07

Metodología de estudio

pág. 44

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 54

09

Dirección del curso

pág. 58

10

Impacto para tu carrera

pág. 76

11

Beneficios para tu empresa

pág. 80

12

Titulación

pág. 84

01

Bienvenida

Los procesos de selección de personal deben realizarse de manera exhaustiva para elegir a los trabajadores que mejor se adapten a cada puesto de trabajo y que tengan un perfil adecuado a las políticas y objetivos de la empresa. En este sentido, tener una visión internacional e inclusiva hará más comprometida y competitiva la organización, con un equipo de recursos humanos, que seleccione a profesionales con diferentes visiones y experiencias. Para ello, es indispensable que los expertos en selección de personal cuenten con una capacitación en el campo de la diversidad laboral para comprender la oportunidad que supone disponer de una equipo plural y multicultural. Para abordar estos contenidos, este programa cuenta con un Director invitado Internacional, quien impartirá 10 *Masterclasses*.



MBA en Selección de Personal
TECH Global University



“

Profundiza en los avances más destacados en el área de RR. HH. en las Masterclasses impartidas por un prestigioso Director Invitado Internacional”

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 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), junto a los *“case studies”* de Harvard Business School. 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 estudios de casos de Harvard Business School”

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar este MBA de TECH Global University es una oportunidad única para incrementar tus posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial y la gestión de personas. Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación pero que te abre las puertas a un futuro prometedor. Todo esto de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible 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

Los objetivos de este programa se basan en paliar las necesidades de especialización de los profesionales de los Recursos Humanos en este campo. En este sentido, se ha establecido, de forma realista, un programa completo y óptimo para llevar al alumno a la excelencia académica e impulsarlo para que consiga una progresión eficiente en su carrera profesional. Por todo esto, esta especialización será para el alumno un viaje de crecimiento tanto personal como profesional que le llevará hasta la calidad máxima en su intervención en este ámbito.



“

Si tu objetivo es ampliar tu recorrido profesional como especialista en RR. HH, con la cualificación que te habilite para competir entre los mejores, no busques más. Este programa te dará el impulso que tu carrera necesita”

Tus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El MBA en Selección de Personal capacitará al alumno para:

01

Conocer la evolución de la Selección de Personal, especialmente en lo referido a la diversidad laboral

04

Establecer planes de reclutamiento laboral que fomenten el desarrollo y buen funcionamiento de las organizaciones

02

Colaborar y ser un activo valioso a la hora de contratar profesionales efectivos y funcionales para las organizaciones



03

Participar en el entendimiento de la directiva de las organizaciones de la importancia de la diversidad laboral

05

Conocer el funcionamiento de los procedimientos de contratación y la seguridad social

06

Determinar la normativa legal aplicable en la capacitación profesional continua para el empleo

08

Comprender y saber aplicar el ordenamiento jurídico para la resolución de casos prácticos



09

Conocer los aspectos esenciales del derecho laboral

07

Reconocer distintas técnicas de motivación personal en la resolución de conflictos

10

Conocer la dinámica del sistema de la asistencia social

11

Interpretar diversos programas y políticas gubernamentales

12

Examinar los grupos sociales, la exclusión social, así como la mujer en el empleo.

13

Obtener una visión de igualdad y diversidad en los entornos laborales

14

Describir las distintas fases y procesos en la Selección de Personal

15

Conocer estrategias de ciberseguridad en los procesos de selección y reclutamiento digital



16

Ser capaz de elaborar un plan anual de desempeño en función de la organización dentro del ámbito de las políticas e igualdad laboral

18

Manejar las acciones de intermediación laboral y su distinción con la cesión ilegal de trabajadores

19

Conocer los agentes intermediadores de empleo, su política de colaboración Público-Privada con los servicios públicos de empleo y las actuaciones que los regulan

17

Realizar un análisis de los resultados del plan anual de desempeño

20

Conocer las acciones de prospección laboral y de reclutamiento bajo el marco del mercado digital



05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Selección de Personal, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada en base a la metodología didáctica más innovadora.



“

Te proporcionamos el programa académico más completo del mercado para que adquieras las competencias necesarias para desarrollarte en el ámbito de la Selección de Personal”

01

Examinar las gestiones del tiempo y de la energía personal con el uso de nuevas tecnologías

02

Planificar y controlar proyectos de tal manera que podrá aumentar la productividad de su empresa

03

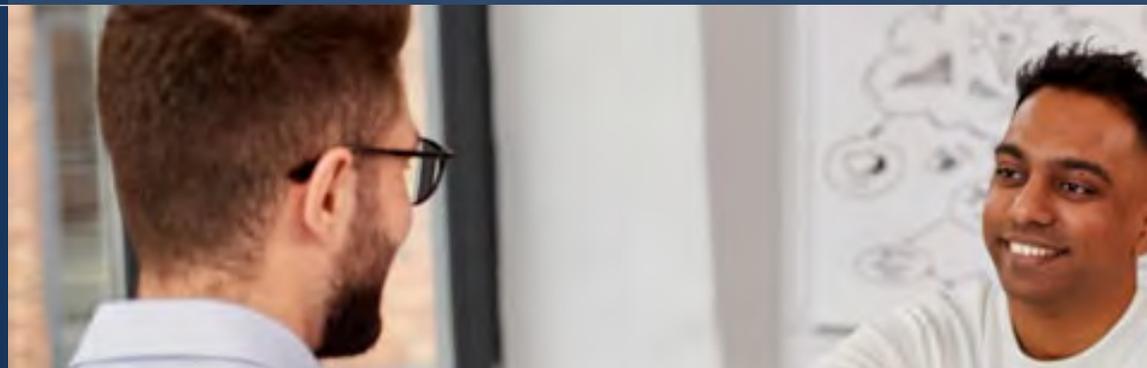
Establecer protocolos de detección de competencias profesionales en entornos digitales y redes sociales

04

Describir las nuevas políticas de Recursos Humanos en la era digital, a través de escalas de evaluación de desempeño y técnicas de observación

05

Diferenciar los tipos de contratación y extinción contractual



06

Manejar las bonificaciones en colectivos determinados con igualdad de oportunidades

08

Manejar distintos programas de capacitación tanto interna como externa



09

Gestionar los sistemas de bonificación en los seguros sociales de los empleados

07

Realizar recibos de salarios y aplicar los elementos de cotización y bases salariales

10

Ahondar en la psicología del trabajo y de las organizaciones

11

Utilizar la metodología, herramientas y recursos materiales adaptados a la Selección de Personal

12

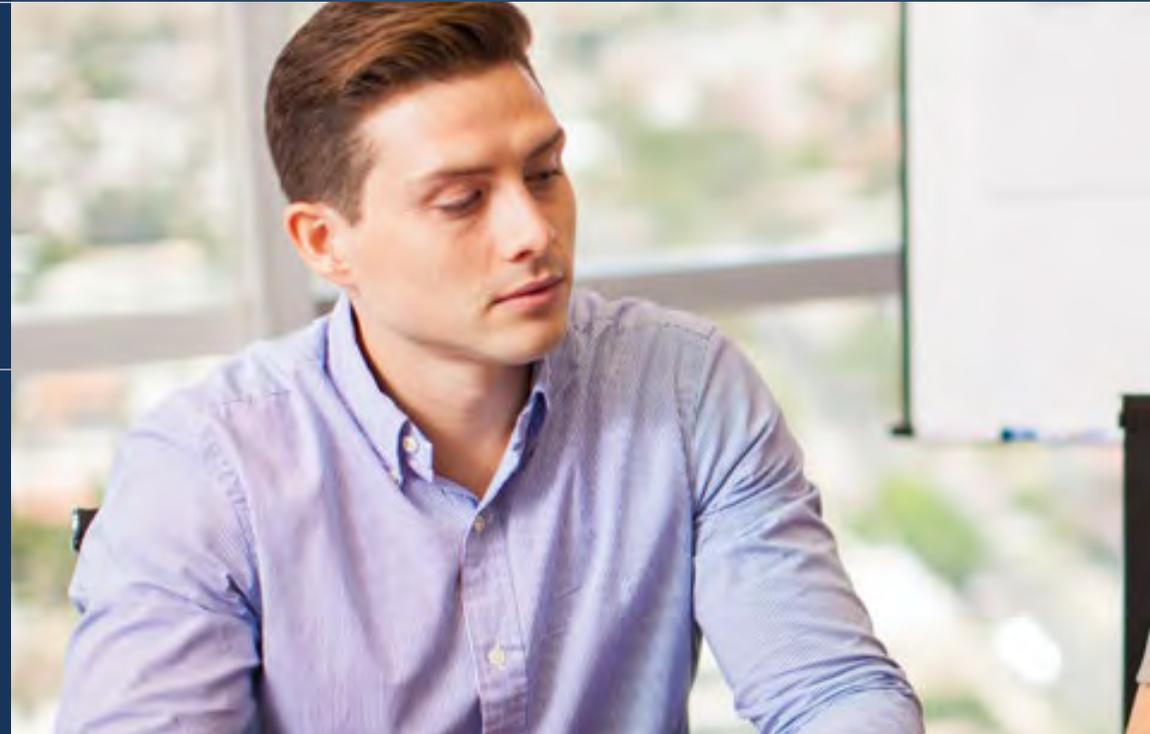
Adaptar planes pensados para aumentar la diversidad laboral de las organizaciones

13

Analizar las distintas herramientas de reclutamiento tanto tradicional como digital

14

Manejar distintas herramientas cualitativas y cuantitativas de selección, así como de entrevistas por competencias y pruebas situacionales



15

Identificar el comportamiento de las personas en las organizaciones

16

Aplicar enfoques psicológicos, de modo que podrá negociar y mediar en desacuerdos grupales

17

Discutir los procesos de transformación digital

18

Aplicar planes para la administración del personal



06

Estructura y contenido

El temario de este MBA ha sido diseñado y creado por un equipo de expertos en la materia para responder, de manera específica, a las necesidades de los profesionales de los Recursos Humanos. Este compendio de contenidos además ha sido diseñado con una perspectiva centrada en los aprendizajes aplicados, que permita al profesional intervenir con éxito a través de una visión amplia y conectada con el entorno real de la profesión. Así, este programa se convertirá en la principal baza del alumno a la hora de insertarse con éxito dentro de un mercado laboral que cada vez demanda más profesionales especialistas en la materia.



“

Un completísimo programa docente creado para ofrecerte un aprendizaje eficaz y rápido, compatible con tu vida personal y profesional”

Plan de estudios

Este programa intensivo de TECH Global University te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la Selección de Personal. El contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias profesionales que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 2.700 horas de estudio, alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje contextual que le permita entender a la perfección posibles situaciones a las que se enfrentará en su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este MBA trata en profundidad la selección de personas y la diversidad laboral desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

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

Módulo 1	Psicología del trabajo y de las organizaciones
Módulo 2	Seguridad social
Módulo 3	Administración de personal
Módulo 4	Dirección y gestión de la formación en la empresa
Módulo 5	Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR. HH
Módulo 6	Selección de personas I: metodologías cuantitativas y cualitativas
Módulo 7	Selección de personas II: era digital
Módulo 8	Gestión de desempeño y política retributiva
Módulo 9	Gestión de políticas en intermediación laboral
Módulo 10	Productividad personal y gestión de proyectos
Módulo 11	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 12	Dirección Económico-Financiera
Módulo 13	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
Módulo 14	<i>Management Directivo</i>



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Selección de Personal 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. Psicología del trabajo y de las organizaciones

1.1. Aproximación a la psicología del trabajo y de las organizaciones

- 1.1.1. Definición y conceptualización histórica
- 1.1.2. Aplicación de la psicología del trabajo y las organizaciones
- 1.1.3. Cuadros psicológicos en el entorno laboral

1.2. Estructura de las organizaciones

- 1.2.1. Estructura en la organización: el organigrama
- 1.2.2. Estructura de grupo: clases de grupos empresariales
- 1.2.3. Proceso e intercambio de información en la organización

1.3. Clima organizacional

- 1.3.1. Concepto de clima organizacional
- 1.3.2. La importancia de establecer una cultura organizacional en la empresa y su impacto en el trabajador
- 1.3.3. Evaluación del clima organizacional

1.4. El contexto positivo y creativo en las organizaciones

- 1.4.1. Introducción al contexto positivo
- 1.4.2. Manejo de contextos turbulentos y dispensadores
- 1.4.3. Acciones de mediación
- 1.4.4. Cambio organizacional

1.5. Psicología social del conflicto y la negociación

- 1.5.1. Conflicto social (el grupo humano y sus componentes cognitivos en grupo)
- 1.5.2. El grupo humano: procesos colectivos
- 1.5.3. Estimulación del conflicto

1.6. Fundamentos psicosociales del comportamiento humano

- 1.6.1. Fundamentos psicológicos del comportamiento humano
- 1.6.2. Valores
- 1.6.3. Percepción
- 1.6.4. Aprendizaje
- 1.6.5. Compromiso

1.7. Orientación laboral

- 1.7.1. Contextualización de la orientación en el mundo laboral
- 1.7.2. La orientación laboral en el aprendizaje laboral a lo largo de la vida: *Skills*
- 1.7.3. La transformación digital en la orientación laboral
- 1.7.4. Organizaciones internacionales en la orientación vocacional y profesional

1.8. El liderazgo, cambio, innovación y desarrollo

- 1.8.1. Introducción y definición del liderazgo
- 1.8.2. Tipologías del liderazgo
- 1.8.3. Competencias del liderazgo centradas en el cambio y la innovación

1.9. Personalidad, actitudes y valores en el entorno laboral

- 1.9.1. Conceptualización de la personalidad
- 1.9.2. Teorías de la personalidad
- 1.9.3. Relación entre actitudes y personalidad
- 1.9.4. Personalidad y entorno laboral

1.10. Motivación y satisfacción laboral

- 1.10.1. Motivación: tipos (extrínseca e intrínseca)
- 1.10.2. Motivación y personalidad
- 1.10.3. Satisfacción y satisfacción laboral

Módulo 2. Seguridad social

2.1. El modelo constitucional de protección social. El sistema de la seguridad social

- 2.1.1. El modelo constitucional de protección social
 - 2.1.1.1. Las medidas de protección de las necesidades sociales
 - 2.1.1.2. La seguridad social
 - 2.1.1.3. Las declaraciones de la constitución española de 1978 en materia de protección social

- 2.1.2. El sistema de la seguridad social
 - 2.1.2.1. Evolución de la seguridad social en España
 - 2.1.2.2. Composición del sistema
 - 2.1.2.3. Acción protectora: prestaciones de la seguridad social
- 2.1.3. Régimen económico financiero de la seguridad social
- 2.1.4. Gestión de la seguridad social

2.2. Personas y contingencias protegidas

- 2.2.1. Campo de aplicación del sistema
- 2.2.2. Campo de aplicación del régimen general
- 2.2.3. Inscripción de empresarios
- 2.2.4. Afiliación de trabajadores
 - 2.2.4.1. Altas y bajas de los trabajadores
 - 2.2.4.2. Clases de alta
 - 2.2.4.3. El convenio especial como situación asimilada al alta
 - 2.2.4.4. Efectos de las altas, bajas y comunicación de datos de los trabajadores
- 2.2.5. Efectos de los actos indebidos

2.3. Personas y contingencias protegidas II

- 2.3.1. Situaciones protegidas
- 2.3.2. El accidente de trabajo y la enfermedad profesional
- 2.3.3. La acción protectora del sistema de la seguridad social
- 2.3.4. Requisitos generales del derecho a las prestaciones contributivas
- 2.3.5. Responsabilidad en orden a las prestaciones
- 2.3.6. Automaticidad de las prestaciones

2.4. Gestión y financiación (parte I)

- 2.4.1. Gestión de la seguridad social
 - 2.4.1.1. Entidades Gestoras
- 2.4.2. Los servicios comunes
- 2.4.3. La colaboración en la gestión

2.5. Gestión y financiación (parte II)

- 2.5.1. Régimen económico financiero de la seguridad social
- 2.5.2. Recursos generales de la seguridad social
- 2.5.3. La cotización a la seguridad social
 - 2.5.3.1. Bases y tipos de cotización
- 2.5.4. Recaudación

2.6. Prestaciones económicas: subsidios y pensiones I

- 2.6.1. Introducción
- 2.6.2. Incapacidad temporal
- 2.6.3. Maternidad
- 2.6.4. Paternidad
- 2.6.5. Riesgo durante el embarazo y durante la lactancia
- 2.6.6. Cuidado de menores afectados por cáncer u otra enfermedad grave
- 2.6.7. Desempleo

2.7. Prestaciones económicas: subsidios y pensiones II

- 2.7.1. Introducción
- 2.7.2. Prestaciones contributivas
 - 2.7.2.1. Incapacidad permanente
 - 2.7.2.2. Jubilación
 - 2.7.2.3. Muerte y supervivencia
- 2.7.3. Prestaciones no contributivas
 - 2.7.3.1. Invalidez
 - 2.7.3.2. Jubilación
- 2.7.4. Prestaciones familiares

2.8. El sistema de salud. La cartera de servicios y los medicamentos

- 2.8.1. El sistema de salud y la seguridad social
- 2.8.2. Evolución en la protección del derecho a la salud
- 2.8.3. El sistema nacional de salud
- 2.8.4. Cartera común de servicios del sistema nacional de salud
- 2.8.5. Competencias del estado y de las comunidades autónomas en materia de sanidad

- 2.8.6. Los medicamentos y la prestación farmacéutica
- 2.8.7. Asegurados y beneficiarios del derecho a la asistencia sanitaria
- 2.8.8. Gestión de la prestación

2.9. El sistema de asistencia social

- 2.9.1. Delimitación del concepto. asistencia social
- 2.9.2. La asistencia social interna de la seguridad social
- 2.9.3. La asistencia social externa al sistema de la seguridad social
- 2.9.4. Servicios sociales
- 2.9.5. El sistema para la autonomía y atención a la dependencia

2.10. Planes y fondos de pensiones. mutualidades de previsión social

- 2.10.1. Introducción
- 2.10.2. Las mejoras voluntarias
- 2.10.3. Las Mutualidades de Previsión Social. Los planes y Fondos de Pensiones

Módulo 3. Administración de personal

3.1. Introducción a la administración de personal 3.1.1. Los recursos humanos en la empresa 3.1.2. Gestión de la administración de personal en los Recursos Humanos (RR. HH)	3.2. Modalidades de contratación 3.2.1. El contrato de trabajo 3.2.2. Tipos de contratación 3.2.3. Tipos de extinción del contrato	3.3. El recibo de nómina (I) 3.3.1. El salario 3.3.2. Percepciones salariales 3.3.3. Percepciones extra salariales	3.4. El recibo de nómina (II): cálculo 3.4.1. Estructura de la nómina 3.4.2. Bases de cotización 3.4.3. Cálculo de la nómina
3.5. El recibo de nómina (III): deducciones 3.5.1. Deducciones 3.5.2. Impuestos 3.5.3. seguridad social 3.5.4. Otros tipos de deducciones	3.6. Jornada laboral, vacaciones y permisos 3.6.1. Jornada laboral 3.6.2. Vacaciones 3.6.3. Permisos de trabajo 3.6.4. Incapacidades	3.7. Impuestos 3.7.1. El sistema tributario 3.7.2. Obligaciones tributarias de los trabajadores 3.7.3. Obligaciones tributarias del patrón	3.8. Herramientas tecnológicas para la elaboración de nóminas 3.8.1. El ERP concepto 3.8.2. Importancia en la gestión de la nomina 3.8.3. Programas más comunes
3.9. Compensaciones y beneficios 3.9.1. La administración de compensaciones y beneficios 3.9.2. Prestaciones superiores a la ley 3.9.3. Salario emocional 3.9.4. <i>Home Office</i>	3.10. Igualdad de oportunidades en la administración de personal 3.10.1. La igualdad de oportunidades como parte de la cultura organizacional 3.10.2. Equidad de género 3.10.3. Responsabilidad social		

Módulo 4. Dirección y gestión de la formación en la empresa

4.1. La capacitación en la empresa 4.1.1. Concepto, objetivos y actores de la capacitación 4.1.2. La capacitación como elemento de la estrategia empresarial	4.2. Planificación de la capacitación 4.2.1. Elemento de la planificación de la capacitación 4.2.2. Gestión presupuestal	4.3. Diagnóstico de necesidades de capacitación 4.3.1. Detección de necesidades de capacitación DNC 4.3.2. Técnicas y recolección de datos 4.3.3. Análisis y valoración	4.4. Métodos de capacitación 4.4.1. Capacitación en el puesto de trabajo 4.4.2. Capacitación fuera del puesto de trabajo 4.4.3. Capacitación en entornos digitales: <i>e-learning</i> 4.4.4. Capacitación <i>Blended</i>
4.5. Diseño y programación de acciones de capacitación 4.5.1. Concepto de diseño y programación de acciones de capacitación 4.5.2. Definición del objetivo y contenidos de las acciones de capacitación 4.5.3. Metodología de enseñanza en las acciones de capacitación	4.6. El sistema de educación dual 4.6.1. Origen de la capacitación dual y países de referencia 4.6.2. Aspectos laborales del contexto de la capacitación dual 4.6.3. Aspectos educativos del contexto de la capacitación dual 4.6.4. Perspectivas y evolución de la capacitación dual	4.7. Marco legal de la capacitación 4.7.1. Art. 123 4.7.2. Ley federal del trabajo 4.7.3. Contratos colectivos de trabajo	4.8. El costo de la capacitación en la organización 4.8.1. Costos directos de la capacitación 4.8.2. Costos indirectos de la capacitación
4.9. El impacto económico de una correcta capacitación en la empresa	4.10. Inspecciones y auditoria de la capacitación en la empresa 4.10.1. Inspecciones gubernamentales 4.10.2. Auditorías externas 4.10.3. Riesgos en caso de no cumplimiento	4.11. Capacitación de alta especialidad 4.11.1. Puestos de alto riesgo 4.11.2. Programas de capacitación especiales	

Módulo 5. Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR. HH

5.1. Programas y políticas de empleo gubernamentales

- 5.1.1. Conocimiento de las políticas de empleo gubernamentales vigentes
- 5.1.2. Programas de subsidio al empleo
- 5.1.3. El gobierno como otorgante de empleo

5.2. Políticas de pobreza y exclusión social

- 5.2.1. Conceptualización de la pobreza en términos socioeconómicos
- 5.2.2. Contextualización jurídica y social
- 5.2.3. La pobreza y la inclusión social en las políticas de empleo

5.3. Grupos sociales y las dificultades en el empleo

- 5.3.1. Identificación de los grupos sociales
- 5.3.2. Prácticas laborales excluyentes
- 5.3.3. Programas y leyes protectoras de los grupos sociales

5.4. Discapacidad en el entorno laboral

- 5.4.1. Conceptualización de la discapacidad
- 5.4.2. Programas de inclusión laboral en la empresa
- 5.4.3. Incentivos gubernamentales

5.5. Programas de jóvenes y primer empleo

- 5.5.1. Políticas de becarios y practicantes en la empresa
- 5.5.2. Programas gubernamentales
- 5.5.3. Retos del empleo juvenil en el contexto de transformación digital

5.6. Pensiones y jubilación

- 5.6.1. Leyes correspondientes
- 5.6.2. Sujetos de derecho a pensión o jubilación

5.7. Mujer y trabajo I: violencia de género

- 5.7.1. Contextualización de la violencia de género
- 5.7.2. Programas empresariales contra la violencia de género
- 5.7.3. La promoción del empleo en las mujeres víctimas de violencia de género

5.8. Mujer y trabajo II: discriminación y marginación en el empleo

- 5.8.1. La mujer en el contexto laboral a lo largo de la historia
- 5.8.2. Discriminación en el empleo
- 5.8.3. Sectores productivos de mayor empleabilidad para las mujeres

5.9. Inmigración y trabajo

- 5.9.1. Tipos de inmigrantes
- 5.9.2. Permisos de trabajo
- 5.9.3. La participación del gobierno en la promoción de la migración legal

5.10. Administración de personal internacional

- 5.10.1. Empresas globales
- 5.10.2. Inmigrantes y expatriados
- 5.10.3. Fomentar una cultura empresarial global

Módulo 6. Selección de personas I: metodologías cuantitativas y cualitativas

6.1. Introducción a la Selección de Personal

- 6.1.1. La Selección de Personal
- 6.1.2. Etapas de la Selección de Personal

6.2. El reclutamiento: técnicas

- 6.2.1. Fuentes internas de reclutamiento
- 6.2.2. Fuentes externas de reclutamiento
- 6.2.3. Reclutamiento digital: *e-recruitment*

6.3. Pruebas cuantitativas de Selección de Personal

- 6.3.1. La psicometría
- 6.3.2. Pruebas psicométricas
- 6.3.3. Pruebas de habilidades o conocimientos

6.4. Test psicológicos en el entorno laboral

- 6.4.1. Test de inteligencia
- 6.4.2. Test de personalidad
- 6.4.3. Test de competencias específicas

6.5. Pruebas cualitativas de Selección de Personal

- 6.5.1. *Role play*
- 6.5.2. *Assessment Center*
- 6.5.3. Dinámicas grupales

6.6. Evaluación de la eficacia y eficiencia en los procesos de selección

- 6.6.1. Métodos de valoración cuantitativa de los procesos de selección
- 6.6.2. Métodos de valoración cualitativa de los procesos de selección

6.7. *On boarding*

- 6.7.1. Protocolos de bienvenida
- 6.7.2. Inducción
- 6.7.3. Estrategia de apego a la cultura organizacional
- 6.7.4. Entrevista de ajuste

6.8. Incorporación de la igualdad de oportunidades en los procesos de selección cuantitativos y cualitativos

- 6.8.1. La igualdad de oportunidades en las organizaciones
- 6.8.2. Protocolos de incorporación de la igualdad de oportunidades en los procesos de selección y promoción

6.9. Procesos de promoción interna

- 6.9.1. Plan de vida y carrera
- 6.9.2. Cartas de reemplazo
- 6.9.3. Procesos de promoción

6.10. *Employer Branding*

- 6.10.1. La marca empleadora y su importancia
- 6.10.2. Herramientas online de *Branding* corporativo (*website*, redes sociales, blogs)
- 6.10.3. Herramientas offline de *Branding* corporativo: ferias de empleo, impacto en medios de comunicación

Módulo 7. Selección de personas II: era digital

7.1. Las competencias laborales en la era digital

- 7.1.1. Concepto de competencia
- 7.1.2. Las competencias y las profesiones del futuro en la cuarta revolución industria
- 7.1.3. Marcos nacionales e internacionales de competencias profesionales

7.2. Introducción al entorno 2.0 y la selección

- 7.2.1. Ventajas del entorno 2.0 en el reclutamiento y selección
- 7.2.2. Principales medios para realizar procesos de selección online

7.3. Análisis de competencias profesionales en el entorno empresarial

- 7.3.1. Identificación de necesidades competenciales en los puestos de trabajo
- 7.3.2. Elaboración del diccionario de competencias

7.4. Selección de personal por competencias profesionales

- 7.4.1. Entrevista de selección por competencias
- 7.4.2. Metodología STAR
- 7.4.3. *Assessment Center*
- 7.4.4. Evaluación del proceso de selección por competencias

7.5. e-recruitment, Nethunting y employer Branding

- 7.5.1. Reputación social y *Branding Employer*
- 7.5.2. *Social Media Recruiting*
- 7.5.3. *Inbound Recruitment*
- 7.5.4. *Mobile Recluitment*
- 7.5.5. Los nuevos profesionales del e-recruitment: los Nethunters

7.6. Procesos de selección por competencias en entornos digitales

- 7.6.1. Análisis de *Big Data* en la identificación de competencias profesionales
- 7.6.2. Algorítmica en la selección de personas (portales de empleo 2.0)
- 7.6.3. Pruebas de gamificación
- 7.6.4. *Networking* y marca personal

7.7. Headhunting y la captación del talento humano digital

- 7.7.1. *Headhunting*
- 7.7.2. *Mapping* de puestos
- 7.7.3. Gestión del talento online
- 7.7.4. *Recruitment* internacional

7.8. Intranet como herramienta de comunicación y selección

- 7.8.1. Intranet: funcionamiento, conceptos y definiciones
- 7.8.2. Funcionamiento de una intranet
- 7.8.3. Tipos de intranet
- 7.8.4. Implementación de intranet en procesos de RR. HH

7.9. Desarrollo de competencias digitales

- 7.9.1. Detección de competencias digitales transversales
- 7.9.2. Formación en competencias digitales en el entorno empresarial

7.10. Cultura digital y derechos digitales inherentes a los trabajadores

- 7.10.1. La sociedad 3.0
- 7.10.2. Ciberseguridad y protección de datos personales

Módulo 8. Gestión de desempeño y política retributiva

8.1. Introducción a la gestión del desempeño y la dirección por objetivos

- 8.1.1. La repercusión de la era digital en el desempeño profesional
- 8.1.2. Transformación digital en las empresas
- 8.1.3. Nuevas políticas de Recursos Humanos en la era digital
- 8.1.4. Los nuevos entornos laborales
- 8.1.5. Evaluación del desempeño: qué es y para qué sirve
- 8.1.6. Modelos de evaluación del desempeño

8.2. El ciclo de la gestión del desempeño

- 8.2.1. Los nuevos entornos laborales
- 8.2.2. Fases del ciclo de la gestión del desempeño
- 8.2.3. Modelos en los sistemas de trabajo

8.3. Planificación del desempeño

- 8.3.1. Diseño inicial de la evaluación de desempeño: análisis de la empresa
- 8.3.2. Fijación de objetivos individuales y grupales
- 8.3.3. Métricas de desempeño
- 8.3.4. Sistemas de evaluación por competencias

8.4. Seguimiento del desempeño

- 8.4.1. Gestión del mapa de talento empresarial
- 8.4.2. Mecanismos de seguimiento del plan de acción individual y grupal: técnicas de observación, coaching y retroalimentación
- 8.4.3. Planes de reconocimiento

8.5. Evaluación del desempeño

- 8.5.1. Puntos clave en la evaluación del desempeño: objetivos, competencias y proyecto/equipo
- 8.5.2. Definición de escalas de evaluación y parámetros de excelencia
- 8.5.3. La aplicación de la evaluación

8.6. Gestión del bajo rendimiento

- 8.6.1. Técnicas de observación
- 8.6.2. Metodologías de motivación de incentivos y coaching
- 8.6.3. Plan de recuperación

8.7. Política de retribución

- 8.7.1. Regulación del trabajo y la retribución
- 8.7.2. Establecimiento del sistema general de compensaciones
- 8.7.3. Retribuciones variables
- 8.7.4. Sistemas de control

8.8. Aspectos jurídico-laborales de la retribución

- 8.8.1. Encuadre jurídico
- 8.8.2. Aplicación

8.9. Planificación anual de los planes de desempeño

- 8.9.1. Diseño y elaboración de un plan anual de desempeño
- 8.9.2. Análisis de resultados

8.10. Aspectos de retribución adicionales

- 8.10.1. Planes de pensiones
- 8.10.2. Otras situaciones especiales

Módulo 9. Gestión de políticas en intermediación laboral**9.1. La intermediación laboral en la cartera común de los servicios del sistema nacional de empleo**

- 9.1.1. La intermediación laboral
- 9.1.2. El nuevo papel de los servicios público de empleo
- 9.1.3. Discriminación en el acceso al empleo

9.2. La intermediación laboral

- 9.2.1. Conceptualización de la intermediación: principios básicos
- 9.2.2. Intermediación laboral y orientación profesional
- 9.2.3. La intermediación laboral dentro de las políticas activas de empleo en los servicios públicos
- 9.2.4. Agentes colaboradores en la externalización de la intermediación: agencias de colocación y empresas de trabajo temporal

9.3. Prospección laboral I

- 9.3.1. Datos estadísticos sobre el tejido empresarial
- 9.3.2. Fuentes de información sobre el mercado laboral
- 9.3.3. Indicadores del mercado de trabajo actual
- 9.3.4. Yacimientos de empleo

9.4. Prospección laboral II

- 9.4.1. Diagnóstico y análisis del mercado laboral
- 9.4.2. La prospección y sus fases: acercamiento a la empresa y plan de captación
- 9.4.3. Fidelizar y evaluar la relación con las empresas
- 9.4.4. Gestión de la demanda de empleo y acompañamiento a la empresa

9.5. Las actividades de reclutamiento

- 9.5.1. Conceptualización del reclutamiento: tipologías
- 9.5.2. Procedimientos de reclutamiento en la era digital: *e-recruitment*
- 9.5.3. El reclutamiento en las entidades colaboradoras de colocación

9.6. Itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral

- 9.6.1. Aspectos básicos y elementos que lo incluyen
- 9.6.2. Elaboración de los itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
- 9.6.3. Consideraciones especiales en colectivos con dificultades de inserción laboral

9.7. El régimen sancionador en materia de intermediación

- 9.7.1. Las carencias sancionadoras del reclutamiento de mano de obra irregular. La orientación y la colocación
- 9.7.2. El régimen sancionador en materia de capacitación

9.8. Cesión ilegal de trabajadores: marco normativo

- 9.8.1. Las sucesivas reformas del concepto y la actual identificación de la cesión ilegal
- 9.8.2. Cesiones ilegales interempresariales
- 9.8.3. Consecuencias de la cesión ilícita

9.9. La colaboración Público-Privada en la intermediación laboral

- 9.9.1. Modelos europeos de colaboración Público-Privada
- 9.9.2. El acuerdo marco de colaboración Público-Privada tras la reforma laboral
- 9.9.3. La convergencia de obligaciones educativas con los servicios públicos de empleo

9.10. Retos de las políticas de intermediación laboral en la era digital

- 9.10.1. La intermediación laboral en agencias de colocación telemáticas
- 9.10.2. La movilidad laboral y la globalización en las políticas de empleo
- 9.10.3. La prospección laboral en la era digital

Módulo 10. Productividad personal y gestión de proyectos

10.1. Gestión del tiempo

- 10.1.1. Uso el tiempo
- 10.1.2. Planificación del tiempo: los ladrones del tiempo
- 10.1.3. Elaboración de planes operativos y control de gestión
- 10.1.4. Nuevas tecnologías a disposición del tiempo: Outlook, Microsoft Project

10.2. Gestión de la energía personal

- 10.2.1. Competencias personales y habilidades directivas
- 10.2.2. Habilidades interpersonales
- 10.2.3. Resolución de conflictos

10.3. Estrategias personales de control de estrés

- 10.3.1. El estrés: conceptos básicos y su funcionalidad en la supervivencia
- 10.3.2. Eustrés y distrés
- 10.3.3. Estrategias de control de estrés: cognitivas, conductuales y emocionales

10.4. Planificación y control de proyectos

- 10.4.1. Gestión del alcance
- 10.4.2. Gestión del cronograma del proyecto
- 10.4.3. Gestión el costo del proyecto

10.5. Gestión de la calidad del proyecto

- 10.5.1. Planificación, aseguramiento y control de calidad: normativas aplicables
- 10.5.2. Gestión de los riesgos del proyecto y herramientas técnicas para la gestión

10.6. Gestión de personas

- 10.6.1. Gestión del liderazgo y la gestión de equipos en los Recursos Humanos
- 10.6.2. Responsabilidad empresarial y ética del gestor de proyectos

10.7. Aspectos legales en la gestión de proyectos

- 10.7.1. Gestión de la contratación
- 10.7.2. Planificación de adquisiciones (el ciclo de compras)
- 10.7.3. Administración de contratos y adquisiciones

10.8. Financiación de proyectos

- 10.8.1. Análisis económico – financiero y del riesgo
- 10.8.2. Mecanismos de financiación
- 10.8.3. Gestión financiera de programas (presupuesto, control el programa, cierre del programa)

10.9. Comunicación y venta de proyectos

- 10.9.1. Gestión de la comunicación y de los interesados (*Stakeholders*)
- 10.9.2. Gestión de la venta de un proyecto
- 10.9.3. Evaluación de la calidad en la gestión del conocimiento y en tendencias en la dirección de proyectos
- 10.9.4. Gestión de la información
- 10.9.5. ISO 10006
 - 10.9.5.1. UNE 412001: guía práctica de la gestión del conocimiento
 - 10.9.5.2. Metodología Tiwana

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

11.1. Globalización y Gobernanza

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

11.2. Liderazgo

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

11.3. Cross Cultural Management

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

11.4. Desarrollo directivo y liderazgo

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

11.5. Ética empresarial

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

11.6. Sostenibilidad

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

11.7. Responsabilidad Social de la Empresa

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

11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

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

11.9. Multinacionales y derechos humanos

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

11.10. Entorno legal y Corporate Governance

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

Módulo 12. Dirección Económico-Financiera

12.1. Entorno Económico

- 12.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 12.1.2. Instituciones financieras
- 12.1.3. Mercados financieros
- 12.1.4. Activos financieros
- 12.1.5. Otros entes del sector financiero

12.2. Contabilidad Directiva

- 12.2.1. Conceptos básicos
- 12.2.2. El Activo de la empresa
- 12.2.3. El Pasivo de la empresa
- 12.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
- 12.2.5. La Cuenta de Resultados

12.3. Sistemas de información y Business Intelligence

- 12.3.1. Fundamentos y clasificación
- 12.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 12.3.3. Elección de centro de costes y efecto

12.4. Presupuesto y Control de Gestión

- 12.4.1. El modelo presupuestario
- 12.4.2. El Presupuesto de Capital
- 12.4.3. La Presupuesto de Explotación
- 12.4.5. El Presupuesto de Tesorería
- 12.4.6. Seguimiento del Presupuesto

12.5. Dirección Financiera

- 12.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 12.5.2. El departamento financiero
- 12.5.3. Excedentes de tesorería
- 12.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 12.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

12.6. Planificación Financiera

- 12.6.1. Definición de la planificación financiera
- 12.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 12.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 12.6.4. El cuadro Cash Flow
- 12.6.5. El cuadro de circulante

12.7. Estrategia Financiera Corporativa

- 12.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 12.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

12.8. Financiación Estratégica

- 12.8.1. La autofinanciación
- 12.8.2. Ampliación de fondos propios
- 12.8.3. Recursos Híbridos
- 12.8.4. Financiación a través de intermediarios

12.9. Análisis y planificación financiera

- 12.9.1. Análisis del Balance de Situación
- 12.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 12.9.3. Análisis de la Rentabilidad

12.10. Análisis y resolución de casos/problemas

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

Módulo 13. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

13.1. Dirección comercial

- 13.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
- 13.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 13.1.3. El rol de los directores comerciales

13.2. Marketing

- 13.2.1. Concepto de Marketing
- 13.2.2. Elementos básicos del marketing
- 13.2.3. Actividades de marketing de la empresa

13.3. Gestión Estratégica del Marketing

- 13.3.1. Concepto de Marketing estratégico
- 13.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 13.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

13.4. Marketing digital y comercio electrónico

- 13.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
- 13.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
- 13.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
- 13.4.4. Categorías del comercio electrónico
- 13.4.5. Ventajas y desventajas del Ecommerce frente al comercio tradicional

13.5. Marketing digital para reforzar la marca

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

13.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

- 13.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 13.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 13.6.3. Hipersegmentación

13.7. Gestión de campañas digitales

- 13.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 13.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 13.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital

13.8. Estrategia de ventas

- 13.8.1. Estrategia de ventas
- 13.8.2. Métodos de ventas

13.9. Comunicación Corporativa

- 13.9.1. Concepto
- 13.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 13.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 13.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 13.9.5. Elementos de la comunicación
- 13.9.6. Problemas de la comunicación
- 13.9.7. Escenarios de la comunicación

13.10. Comunicación y reputación digital

- 13.10.1. Reputación online
- 13.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 13.10.3. Herramientas de reputación online
- 13.10.4. Informe de reputación online
- 13.10.5. Branding online

Módulo 14. Management Directivo

14.1. General Management

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

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

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

14.3. Dirección de operaciones

- 14.3.1. Importancia de la dirección
- 14.3.2. La cadena de valor
- 14.3.3. Gestión de calidad

14.4. Oratoria y formación de portavoces

- 14.4.1. Comunicación interpersonal
- 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 14.4.3. Barreras en la comunicación

14.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

- 14.5.1. La comunicación interpersonal
- 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 14.5.3. La comunicación en la organización
- 14.5.4. Herramientas en la organización

14.6. Comunicación en situaciones de crisis

- 14.6.1. Crisis
- 14.6.2. Fases de la crisis
- 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

14.7. Preparación de un plan de crisis

- 14.7.1. Análisis de posibles problemas
- 14.7.2. Planificación
- 14.7.3. Adecuación del personal

14.8. Inteligencia emocional

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

14.9. Branding Personal

- 14.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 14.9.2. Leyes del branding personal
- 14.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

14.10. Liderazgo y gestión de equipos

- 14.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 14.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 14.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 14.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales



06

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

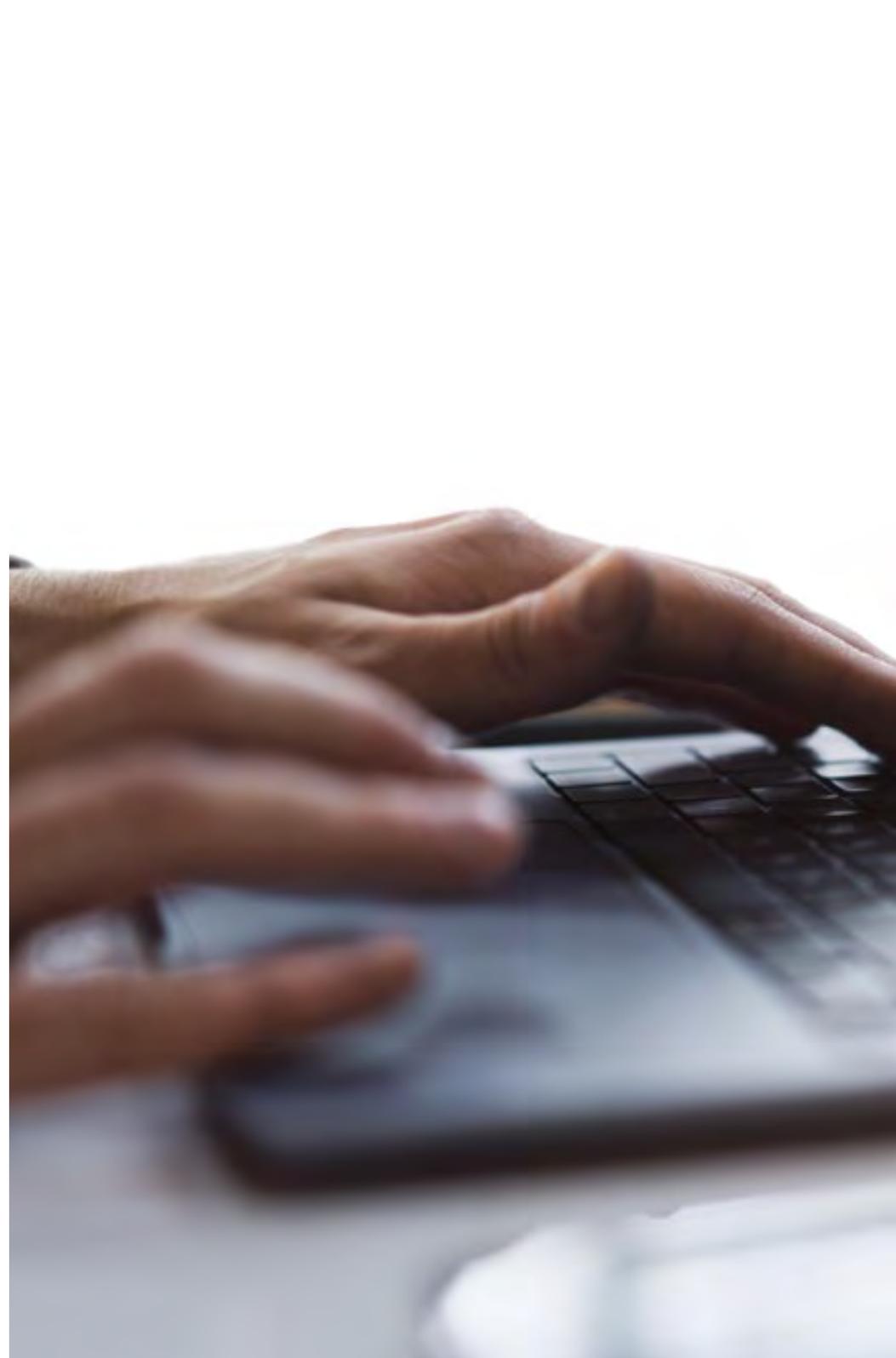
El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Selección de Personal es un programa dirigido a profesionales que quieran actualizar sus conocimientos en el área de la Selección de Personal y avanzar en su carrera profesional hacia un futuro prometedor en este ámbito. El compendio de conocimientos que adquirirán tras la realización de esta completa capacitación, les habilitará para ejercer en este ámbito con garantías de éxito y les permitirá posicionarse como expertos en esta área de los recursos humanos.





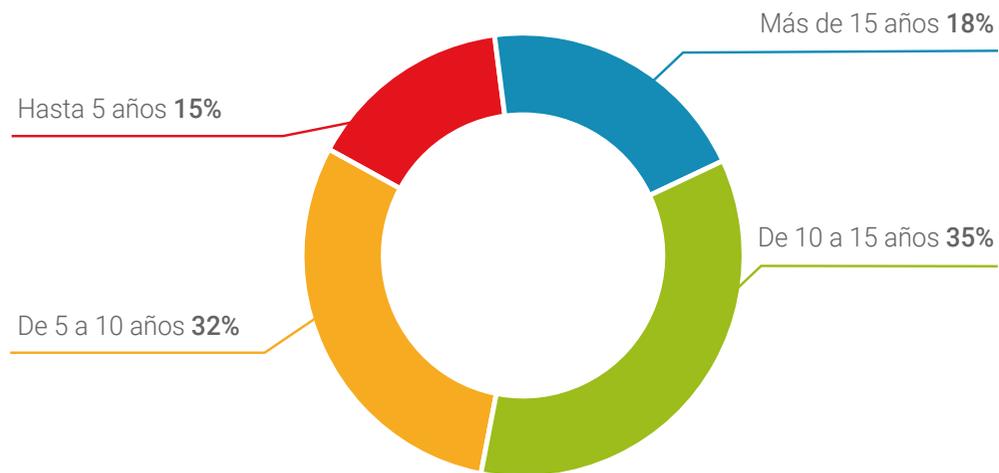
“

Si quieres conseguir una interesante mejora en tu trayectoria profesional mientras sigues trabajando, este es tu programa”

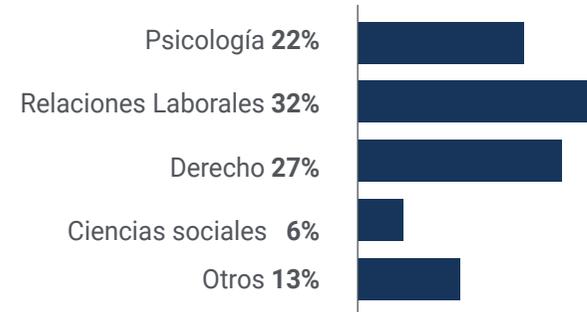
Edad media

Entre **35** y **45** años

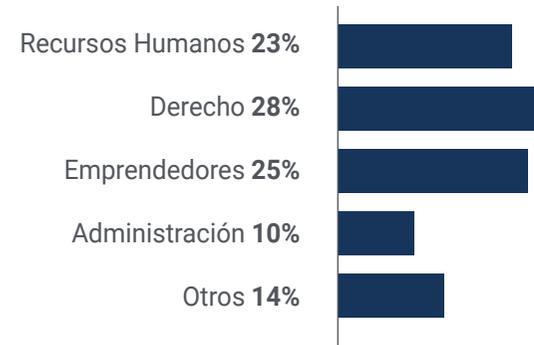
Años de experiencia



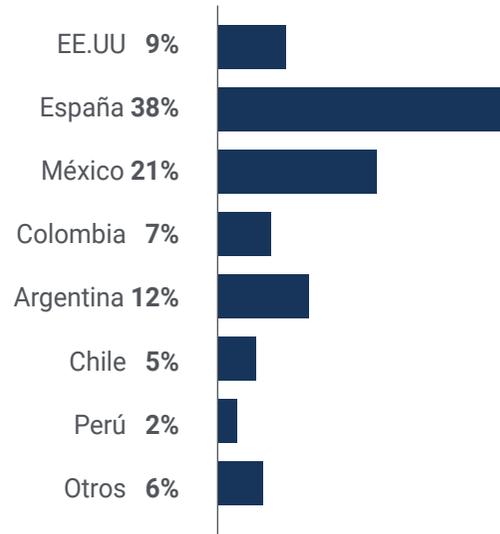
Formación



Perfil Académico



Distribución Geográfica



Judith Santana Pérez

Responsable de Recursos Humanos

“En un año especialmente difícil para las empresas, haber realizado este MBA ha sido mi salvación. Gracias a él he conseguido ascender en mi trabajo y colocarme como responsable de Recursos Humanos de una multinacional. Sin duda un gran acierto haber elegido TECH para mi especialización”

09

Dirección del curso

El claustro de este programa destaca por su dilatada experiencia en el campo de la gestión de Recursos Humanos. Sus miembros están especializados en la transformación organizacional y en la búsqueda de estrategias para garantizar el compromiso de los empleados con la empresa. Además, estos expertos aplican sus competencias en compañías de élite dentro de diversas industrias, las cuales destacan por sus resultados productivos y la motivación, implicación y capacitación continua de sus trabajadores. Estos docentes te guiarán a lo largo del itinerario académico y resolverán todas tus dudas cuando lo necesites



“

Desarrollarás competencias de la mano de un distinguido claustro docente, compuesto por los mejores expertos internacionales en gestión y liderazgo de personas”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

10

Impacto para tu carrera

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, para ello, TECH ofrece todos los recursos académicos para que logren la capacitación necesaria que les permita dar un impulso a su trayectoria profesional.



“

En TECH nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguir una mejora profesional”

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

Este programa intensivo de TECH te prepara para afrontar retos y decisiones para la Selección de Personal. 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.

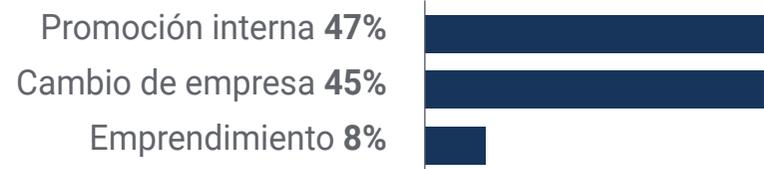
Gracias a este programa recibirás un elevado número de ofertas laborales con las que podrás iniciar tu crecimiento profesional.

Supérate a ti mismo con la realización de este programa de gran nivel académico.

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 Selección de Personal contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentando la capacitación y mejorando las habilidades directivas. 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.





“

Obtendrás una visión más completa y global de la empresa que te permitirá aportar nuevas ideas”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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 organización 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.

06

Aumento de la competitividad

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



12

Titulación

El MBA en Selección de Personal 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 Selección de Personal** 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 Selección de Personal**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**



D/Dña _____ con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Título Propio MBA en Selección de Personal

Se trata de un título propio de 2.700 horas de duración equivalente a 90 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024



Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: APWOR235 | technute.com/titulos



Máster Título Propio MBA en Selección de Personal

Distribución General del Plan de Estudios		Distribución General del Plan de Estudios			
Tipo de materia	Créditos ECTS	Curso	Materia	ECTS	Carácter
Obligatoria (OB)	60	1*	Psicología del trabajo y de las organizaciones	6	OB
Optativa (OP)	0	1*	Seguridad Social	6	OB
Prácticas Externas (PR)	0	1*	Administración de personas	6	OB
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0	1*	Dirección y gestión de la formación en la empresa	6	OB
		1*	Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RRHH	6	OB
		1*	Selección de personas (I): metodologías cuantitativas y cualitativas	6	OB
		1*	Selección de personas (II): era digital	6	OB
		1*	Gestión de desempeño y política retributiva	6	OB
		1*	Gestión de políticas en intermediación laboral	6	OB
		1*	Productividad personal y gestión de proyectos	6	OB
		1*	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	6	OB
		1*	Dirección Económico-Financiera	6	OB
		1*	Dirección Comercial y Marketing Estratégico	6	OB
		1*	Management Directivo	12	OB
	Total 60				



Dr. Pedro Navarro Illana
Rector



*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 Selección de Personal

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **60 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Máster Título Propio

MBA en Selección de Personal