

Máster Título Propio

MBA en Transformación Digital
(CDO, Chief Digital Officer)

M B A T D C D O



Máster Título Propio MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

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

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-transformacion-digital-cdo-chief-digital-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. 26

07

Metodología

pág. 42

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 50

09

Dirección del curso

pág. 54

10

Impacto para tu carrera

pág. 74

11

Beneficios para tu empresa

pág. 78

12

Titulación

pág. 82

01 Bienvenida

El constante surgimiento de nuevas tecnologías y los avances notables que se producen cada año, especialmente en el campo informático, obligan a las empresas a estar inmersas en un proceso de renovación continuo. Es aquí donde destaca la figura del CDO, Chief Digital Officer, que debe liderar dicha Transformación Digital en pos de buscar el mayor beneficio para su organización. Para ello, debe dominar los procesos de Management empresarial, técnicas analíticas, comunicación digital o Internet of Things, entre otros. Este programa profundiza precisamente en todas las competencias que debe desarrollar el CDO para tener una trayectoria exitosa, ofreciendo un formato 100% online con el que se pueden mejorar las expectativas profesionales y económicas sin tener que sacrificar responsabilidades laborales o personales. A ello se suman 10 exhaustivas *Masterclasses* impartidas por un referente internacional a modo de Director Invitado.



MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)
TECH Universidad



“

Posiciónate como un líder empresarial y tecnológico altamente capacitado a través de TECH y las exclusivas Masterclasses incluidas en este programa 100% online”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

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



Análisis

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



Excelencia académica

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



Economía de escala

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



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

Dado que el CDO debe abarcar multitud de campos tecnológicos para desempeñar su función con éxito, el objetivo que persigue este programa es el de proporcionar las herramientas, estrategias y conocimientos adecuados que influyan directamente en su labor diaria. Para ello, se ha preparado un material didáctico extenso, que abarca multitud de áreas de la gestión tecnológica, control de procesos y conductas de liderazgo en el ámbito del *Chief Digital Officer*.



“

*Tendrás el mejor material didáctico a tu disposición,
en un aula virtual disponible las 24 horas del día
para que accedas a ella cuando quieras”*

Los objetivos de los estudiantes son los de TECH.
Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) capacitará al alumno para:

01

Dominar las diferentes soluciones tecnológicas BPM y seleccionar la que más se adecue a cada organización

04

Desarrollar un marco conceptual para el análisis de la madurez digital y de los desafíos a nivel de estrategia, procesos, tecnología, cultura y personas que enfrenta la organización en el nuevo paradigma digital

02

Identificar procesos de innovación que permitan la creación de nuevos productos y servicios tecnológicos

05

Implantar la automatización de los procesos y la integración con clientes, proveedores, trabajadores, organizaciones, documentos, sistemas y tecnología

03

Modelar y realizar el diseño de los procesos de negocio usando la metodología BPM, elaborando mapas y documentación de procesos

06

Desarrollar una visión estratégica que te permita liderar los procesos de cambio de la gestión de la innovación y de la transformación digital

07

Dominar las distintas tendencias tecnológicas que están aconteciendo para que pueda tener una visión estratégica y global a la hora de aplicarlas en sus proyectos

10

Conocer y reflexionar sobre las distintas tendencias conductuales en los usuarios, así como la nueva comunicación que van a tener que afrontar todas las empresas

08

Establecer la estrategia digital, entendiendo esta con una visión 360°, aplicada a la experiencia del cliente como a la experiencia interna en la empresa

11

Implementar el *Business Process Management* de manera oportuna y exitosa

09

Adquirir una visión estratégica y capacidad para definir un plan de Marketing, mediante el análisis exhaustivo de las herramientas a utilizar en: redes sociales, *influencer Marketing*, *email Marketing*, posicionamiento SEO, *mobile Marketing* y ASO, campañas de *Paid-media*, Marketing de afiliación, publicidad programática, programas de fidelización y acciones *Co-Branding*

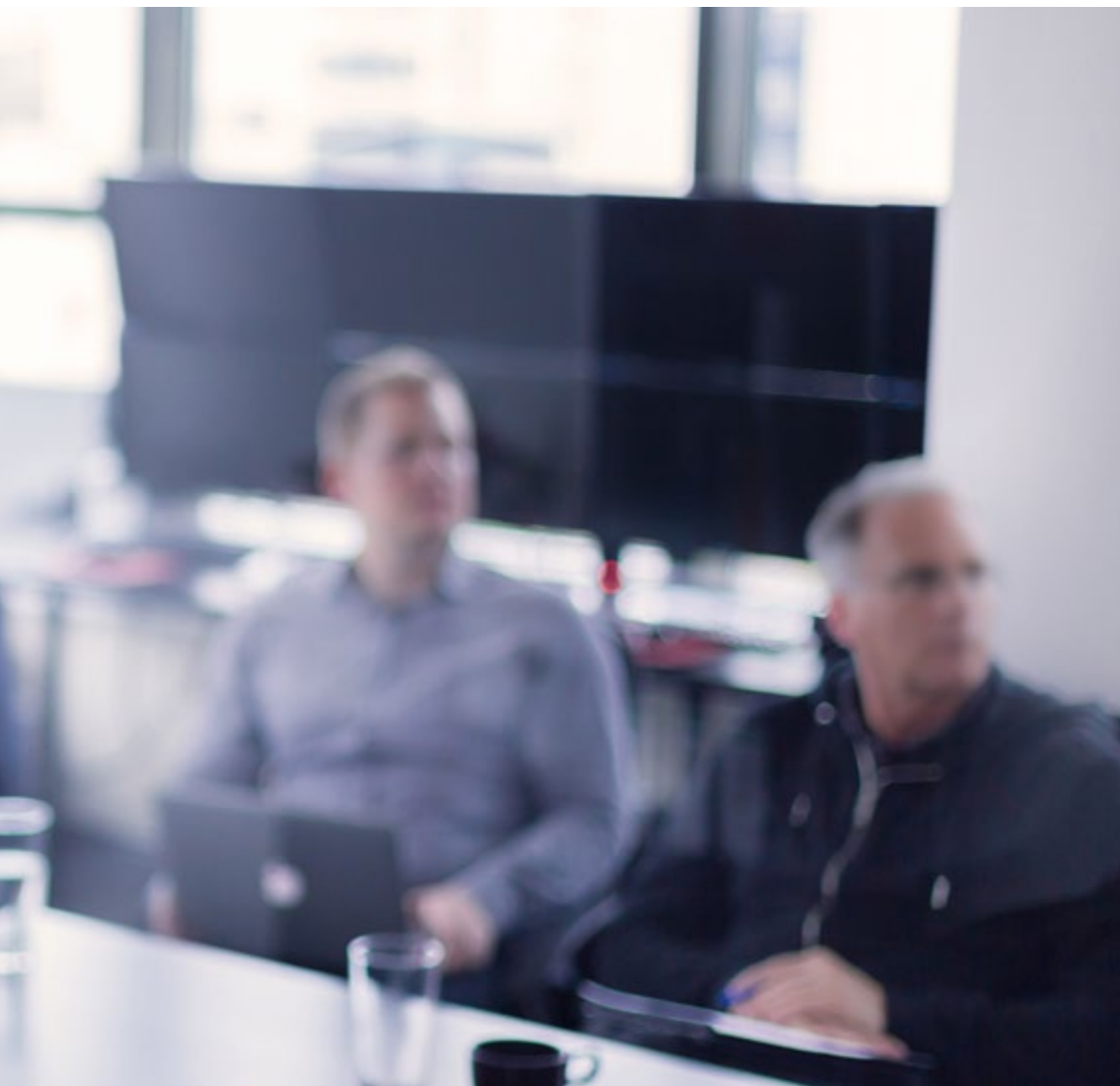
12

Crear modelos de procesos teniendo en cuenta los tipos de notación más utilizados, conociendo sus aspectos relevantes, con el fin de elegir el tipo de modelado adecuado para cada escenario

13

Diseñar el proceso deseado y evaluar el desempeño del mismo, formulando indicadores de gestión según el nivel de la organización





14

Desarrollar estructuras sólidas sobre las principales temáticas jurídicas relacionadas con los procesos de transformación digital, con el fin de que éste obtenga una visión crítica sobre el impacto de la tecnología en el derecho y los principales retos que se han generado en el ámbito digital

05

Competencias

La Transformación Digital exige a los directivos una serie de competencias refinadas no solo en el evidente ámbito tecnológico, sino también en el manejo de entornos en constante cambio, analítica de procedimientos empresariales o la optimización y control de dichos procesos. Por esta razón, el directivo encontrará en este programa un contenido eminentemente práctico, focalizado a la mejora directa de sus competencias incluso antes de finalizarlo, pudiendo incorporar a su trabajo diario las habilidades más destacadas del puesto de CDO.



A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has several bars of varying heights. The background is a dark blue gradient with a white diagonal line.

“

Harás valer tu trabajo, esfuerzo y capacidad de liderazgo gracias al perfeccionamiento de habilidades y gestión digital que adquirirás en este programa”

01

Entender el impacto de la transformación digital en los clientes, procesos, modelos de negocio, talento humano y herramientas de trabajo

02

Aplicar el uso de las nuevas herramientas tecnológicas en tu organización

03

Adquirir una visión estratégica para liderar los procesos de cambio de la gestión de la innovación y de la transformación digital

04

Crear un equipo de transformación digital entendiendo qué áreas de la empresa y perfiles deben estar involucrados

05

Analizar el impacto en el negocio del uso de las tecnologías actuales



06

Liderar los cambios que están transformando los procesos organizacionales

08

Desarrollar la visión y capacidad estratégica para definir un plan de marketing, así como las herramientas que se están utilizando en la actualidad

09

Liderar y gestionar el área de marketing digital a nivel empresarial

07

Analizar el entorno digital: repercusiones, retos y oportunidades, desde la perspectiva del marketing

10

Dominar los avances en los nuevos formatos publicitarios, teniendo así el conocimiento necesario para apostar por ellos en tu futura estrategia



11

Aplicar una estrategia digital al ver el impacto que está teniendo en los distintos sectores de la actualidad

12

Reconocer si la empresa cuenta con los elementos necesarios para una implementación exitosa del proyecto BPM





13

Crear modelos de procesos de negocio teniendo en cuenta los tipos de notación más utilizados

14

Planificar y organizar los recursos disponibles para garantizar una protección jurídica integral de la empresa

06

Estructura y contenido

Siguiendo la metodología pedagógica del *Relearning*, todos los contenidos de este programa favorecen una enseñanza natural y efectiva, que no requiere de una inversión de ingentes horas de estudio para poder superarse. Al contrario, los múltiples recursos multimedia, vídeo resúmenes y casos simulados basados en ejemplos reales hacen que la experiencia académica sea mucho más enriquecedora, obteniendo incluso acceso a una guía de referencia de gran utilidad en el día a día del CDO más avanzado.



“

Impulsa definitivamente tu trayectoria laboral hacia los puestos de responsabilidad más elevados del ámbito digital con este MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)”

Plan de estudios

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) de TECH Universidad es un programa intensivo que lo prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la gestión integral de proyectos. El contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 1.500 horas de estudio, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que le permitirá realizar un aprendizaje más contextual, facilitando su comprensión. 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 de proyectos desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para usted, enfocado en la mejora profesional y que prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende sus necesidades 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 le otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

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

Módulo 1	El entorno digital en los procesos
Módulo 2	La transformación digital en la empresa
Módulo 3	La nueva era digital: <i>Internet of Things (IoT)</i>
Módulo 4	La transformación digital como estrategia 360°
Módulo 5	Canales de marketing en la era digital
Módulo 6	Nuevas conductas en la transformación digital de las empresas
Módulo 7	<i>Business Process Management (BPM)</i>
Módulo 8	Modelado y análisis de procesos
Módulo 9	Control y optimización de procesos
Módulo 10	Aspectos jurídicos de la transformación digital
Módulo 11	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 12	Dirección de Personas y Gestión del Talento
Módulo 13	<i>Dirección Económico-Financiera</i>
Módulo 14	<i>Management Directivo</i>



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital 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. El entorno digital en los procesos

1.1. El mundo Digital

- 1.1.1. Tendencias y oportunidades
- 1.1.2. Transformación digital: opción o necesidad
- 1.1.3. El impacto de la era digital en los clientes

1.2. Impacto de la transformación digital

- 1.2.1. En Comunicación interna y externa
- 1.2.2. En Canales de Ventas y Cliente
- 1.2.3. Nuevos Modelos de negocio

1.3. Gestión por procesos

- 1.3.1. Procesos
- 1.3.2. Proceso y ciclo de Deming
- 1.3.3. Mapas de procesos
 - 1.3.3.1. Estratégicos de dirección
 - 1.3.3.2. Operativos o de la cadena de valor
 - 1.3.3.3. Soporte o apoyo

1.4. Optimización en la gestión por procesos

- 1.4.1. El enfoque basado en procesos
- 1.4.2. Fases de la mejora de procesos
- 1.4.3. La mejora continua y la organización

1.5. Innovación en procesos

- 1.5.1. Design Thinking
- 1.5.2. Enfoque Agile
- 1.5.3. Lean Startup

1.6. Estrategia Digital en la empresa

- 1.6.1. Marketing digital y comercio electrónico
- 1.6.2. Integrando el marketing tradicional y digital
- 1.6.3. Herramientas del marketing online

1.7. Entorno organizacional

- 1.7.1. Gestión del cambio
- 1.7.2. Estrategia de gestión del cambio
- 1.7.3. Implementación del cambio organizacional

1.8. Análisis y gestión de Datos

- 1.8.1. Historia, evolución y tendencias de la analítica web
- 1.8.2. La importancia de la analítica de datos
- 1.8.3. Big Data y la Inteligencia Empresarial
 - 1.8.3.1. Big Data
 - 1.8.3.2. Business Intelligence (BI)

1.9. Innovación y tecnología

- 1.9.1. Empresas innovadoras
- 1.9.2. Factores de competitividad. Creatividad e Innovación
- 1.9.3. Innovación y gerencia de procesos

1.10. Aplicaciones de Uso y Casos de éxito

- 1.10.1. Camino de la transformación digital
- 1.10.2. Proyectando la transformación digital
- 1.10.3. Como triunfar en la transformación digital

Módulo 2. La transformación digital en la empresa

2.1. Transformación Digital y Empresarial

- 2.1.1. Digitalización vs. Transformación Digital
- 2.1.2. Social Business: Plataformas, Procesos y Personas
- 2.1.3. Modelos organizativos

2.2. Smart Company o Empresa 4.0

- 2.2.1. Diferencia entre Smart Company, Digital Company y Tradicional Company
- 2.2.2. Claves de la gestión en empresas nativas digitales
- 2.2.3. Diseño, fabricación, logística y distribución de la Empresa 4.0

2.3. Transformación digital

- 2.3.1. Retos de la Transformación Digital
- 2.3.2. Ventajas de la Transformación Digital
- 2.3.3. Barreras de la Transformación Digital

2.4. Tipologías de Transformación digital

- 2.4.1. Transformación digital por tipo de empresas
- 2.4.2. Transformación digital por modelo de negocio
- 2.4.3. Transformación digital por perfil de usuario

2.5. Perfiles que lideran la Transformación digital por áreas

- 2.5.1. Tecnología
- 2.5.2. Marketing y Growth
- 2.5.3. Recursos Humanos
- 2.5.4. Dirección

2.6. Planificación Estratégica de TI/SI

- 2.6.1. El Plan TI/SI
- 2.6.2. Estructura de un Plan TI/SI
- 2.6.3. Fases de un Plan TI/SI

2.7. Gestión de proyectos de Sistemas de Información

- 2.7.1. Requerimientos funcionales y no funcionales
- 2.7.2. Tipologías de Sistemas de información
- 2.7.3. Modelo entidad-relación

2.8. Diferencias entre metodologías

- 2.8.1. Diferencias entre Design Thinking, Lean Startup, Agile, Growth Hacking
- 2.8.2. Profundizando en la metodología Growth Hacking
- 2.8.3. Otras metodologías: Design Sprint, Kanban y Six Sigma

2.9. Competencias digitales

- 2.9.1. Visión estratégica, comunicativa y ágil
- 2.9.2. Analítica de datos
- 2.9.3. Gestión de la creatividad
- 2.9.4. Seguridad

2.10. Consecuencias de la Transformación digital

- 2.10.1. Digitalización de la sociedad
- 2.10.2. División digital
- 2.10.3. Trabajo flexible, trabajo por objetivos y teletrabajo

Módulo 3. La nueva era digital: Internet of Things (IoT)

3.1. Internet Of Things

- 3.1.1. Análisis de Internet Of Things
- 3.1.2. Alcance y evolución
- 3.1.3. Implicaciones de la transformación para las compañías

3.2. Big Data

- 3.2.1. Big Data y Small Data
- 3.2.2. Las 4 V del Big Data
- 3.2.3. Analítica Predictiva
- 3.2.4. Enfoque Data Driven

3.3. Cloud Productivity

- 3.3.1. Características
- 3.3.2. Modelos de implementación
- 3.3.3. Niveles o capas

3.4. Tecnología Blockchain

- 3.4.1. Blockchain
- 3.4.2. Beneficios del Blockchain
- 3.4.3. Aplicaciones del Blockchain en el mundo empresarial

3.5. Inteligencia Artificial (IA)

- 3.5.1. Inteligencia Artificial
- 3.5.2. Tipos de inteligencia artificial
- 3.5.3. Aplicaciones de la Inteligencia Artificial
- 3.5.4. Machine Learning vs. Inteligencia Artificial

3.6. La Realidad Extendida (RX)

- 3.6.1. Realidad Extendida
- 3.6.2. Realidad Virtual (VR)
- 3.6.3. Realidad Aumentada (AR)
- 3.6.4. Realidad Mixta (MR)

3.7. Augmented humans o human 2.0

- 3.7.1. Human enhancement technologies (HET)
- 3.7.2. Biohacking
- 3.7.3. Accelerated learning

3.8. Impresión 3D

- 3.8.1. Evolución y alcance de la Impresión 3D
- 3.8.2. Tipos de Impresión 3D
- 3.8.3. Aplicaciones de la Impresión 3D

3.9. Servicios Basados en la Localización (LBS)

- 3.9.1. Bluetooth Low Energy (BLE): Beacons
- 3.9.2. Ubicación GPS
- 3.9.3. Ubicación inalámbrica: Geofencing y Geoetiquetado (RFID y NFC, códigos de barras, escáneres QR)

3.10. Tecnología 5G

- 3.10.1. Conectividad
- 3.10.2. Ventajas del 5G
- 3.10.3. Aplicaciones

Módulo 4. La transformación digital como estrategia 360°

4.1. Estrategia 360°

- 4.1.1. Brand Awareness
- 4.1.2. Content mapping y customer journey
- 4.1.3. Estrategia always on

4.2. Rebranding

- 4.2.1. Rebranding
- 4.2.2. ¿Cuándo aplicar una Estrategia de Rebranding?
- 4.2.3. ¿Cómo aplicar una Estrategia de Rebranding?

4.3. HR Marketing

- 4.3.1. Recruitment Marketing
- 4.3.2. Fases del HR Marketing
- 4.3.3. Estrategia de comunicación: interna y externa

4.4. Marketing relacional

- 4.4.1. Marketing Relacional
- 4.4.2. Inbound Marketing
- 4.4.3. Herramientas

4.5. Comunidades y ecosistemas de innovación

- 4.5.1. Ecosistemas de innovación
- 4.5.2. Tipos de perfiles
- 4.5.3. Claves para tener una comunidad interna y externa

4.6. Social Selling

- 4.6.1. Social Selling
- 4.6.2. ¿Cómo aplicar una Estrategia de Social Selling?
- 4.6.3. Aplicaciones basadas en el Social Selling

4.7. Marketing experiencial

- 4.7.1. Marketing Experiencial
- 4.7.2. Objetivos en una campaña de Marketing Experiencial
- 4.7.3. Uso de la tecnología en el Marketing Experiencial

4.8. Branded content y Publicidad nativa

- 4.8.1. Branded content y Debranding
- 4.8.2. Content marketing vs. Brand journalism
- 4.8.3. Publicidad Nativa

4.9. Real Time Marketing

- 4.9.1. Real Time Marketing
- 4.9.2. Preparación de una campaña de Real Time Marketing
- 4.9.3. La personalización como concepto clave
- 4.9.4. Responsabilidad social corporativa

4.10. Indicadores clave del rendimiento (KPIs) en la era digital

- 4.10.1. Indicadores organizacionales
- 4.10.2. Indicadores de innovación
- 4.10.3. Indicadores de marketing

Módulo 5. Canales de marketing en la era digital

5.1. Redes sociales

- 5.1.1. Relacionales
- 5.1.2. De entretenimiento
- 5.1.3. Profesionales
- 5.1.4. De nicho

5.2. Influencer marketing

- 5.2.1. Clasificación de influencers
- 5.2.2. Diseño de campañas con influencers
- 5.2.3. Tipos de campañas con influencers

5.3. E-mail marketing

- 5.3.1. Objetivos del E-mail marketing
- 5.3.2. Factores clave del E-mail marketing
- 5.3.3. E-mail automation

5.4. Página Web y SEO

- 5.4.1. Página Web
- 5.4.2. SEO Onpage
- 5.4.3. SEO Off page

5.5. Aplicaciones móviles y ASO

- 5.5.1. Tipos de aplicaciones
- 5.5.2. Conceptos clave
- 5.5.3. Posicionamiento ASO

5.6. Campañas pagadas

- 5.6.1. Estrategia Paid-media
- 5.6.2. Google ADS
- 5.6.3. Facebook ADS

5.7. Marketing de afiliación

- 5.7.1. Análisis del marketing de afiliación
- 5.7.2. Tipos de marketing de afiliación
- 5.7.3. Aspectos clave

5.8. Publicidad programática

- 5.8.1. Publicidad programática
- 5.8.2. Actores fundamentales
- 5.8.3. Beneficios de la publicidad programática
- 5.8.4. Real time Bidding (RTB)

5.9. Programas de fidelización

- 5.9.1. Programa de fidelización
- 5.9.2. Importancia de la gamificación
- 5.9.3. Tipos de programas de fidelización

5.10. Co-Branding

- 5.10.1. Campaña de Cobranding
- 5.10.2. Tipos de Cobranding
- 5.10.3. Co Branding vs. Comarketing

Módulo 6. Nuevas conductas en la transformación digital de las empresas

6.1. Nuevas conductas adoptadas

- 6.1.1. Social distancing
- 6.1.2. A-commerce
- 6.1.3. Mentor to Protége (M2P)

6.2. Tendencias en la comunicación

- 6.2.1. Marketing inclusivo y social
- 6.2.2. Ecología y proximidad
- 6.2.3. Humanización
- 6.2.4. Diferenciación

6.3. Evolución de los contenidos

- 6.3.1. Evolución del fast content
- 6.3.2. Contenido inmediato
- 6.3.3. Del storytelling al storydoing
- 6.3.4. El auge del contenido Premium

6.4. La evolución de las búsquedas

- 6.4.1. La intención de búsqueda
- 6.4.2. Voice marketing
- 6.4.3. Visual search
- 6.4.4. Búsquedas interactivas

6.5. Avances de los soportes

- 6.5.1. La publicidad digital OOH
- 6.5.2. Televisión conectada y vídeo over-the-top (OTT)
- 6.5.3. Podcasting y audio online
- 6.5.4. Streaming

6.6. Customer Centric

- 6.6.1. Customer Centric vs. Customer Experience vs. Product centric
- 6.6.2. User Generated Content
- 6.6.3. Share of voice
- 6.6.4. Personalización

6.7. La evolución del Ecommerce

- 6.7.1. Evolución y perspectivas
- 6.7.2. Tipos de sistemas
- 6.7.3. Tipos de Ecommerce

6.8. Economía conductual

- 6.8.1. Economía conductual
- 6.8.2. Tipos de sesgos y nudges
- 6.8.3. CRO
- 6.8.4. UX vs. UI

6.9. Transformación Digital: Físico + Digital

- 6.9.1. Era de la digitalización
- 6.9.2. Social, Location y Mobile (SoLoMo)
- 6.9.3. Evolución de los Métodos de pago
- 6.9.4. Nuevos retos para el retail

6.10. Evolución por sectores en el entorno Digital

- 6.10.1. Turismo
- 6.10.2. Movilidad
- 6.10.3. Salud

Módulo 7. Business Process Management (BPM)

7.1. Arquitectura empresarial

- 7.1.1. Visión holística de la arquitectura empresarial
- 7.1.2. Cadena de valor
- 7.1.3. Arquitectura de procesos

7.2. Diagnóstico del BPM

- 7.2.1. Business Process Management
- 7.2.2. Motores del negocio
- 7.2.3. Elementos necesarios para una implementación exitosa
- 7.2.4. Ciclo de madurez

7.3. Principios del BPM

- 7.3.1. Adaptabilidad del contexto
- 7.3.2. Continuidad
- 7.3.3. Desarrollo de competencias
- 7.3.4. Holismo
- 7.3.5. Institucionalización
- 7.3.6. Participación de actores claves
- 7.3.7. Lenguaje común
- 7.3.8. Propósito
- 7.3.9. Simplicidad
- 7.3.10. Apropiación de la tecnología

7.4. Beneficios del BPM

- 7.4.1. Empresariales
- 7.4.2. Clientes
- 7.4.3. Gestión
- 7.4.4. Stakeholders
- 7.4.5. Aplicaciones del BPM
 - 7.4.5.1. Business Process Improvement (BPI)
 - 7.4.5.2. Enterprise Process Management (EPM)
 - 7.4.5.3. Continuous Refinement (CR)

7.5. Aplicación sectorial de BPM

- 7.5.1. Entidades financieras
- 7.5.2. Telecomunicaciones
- 7.5.3. Sanidad
- 7.5.4. Seguros
- 7.5.5. Administración pública
- 7.5.6. Industria de manufactura

7.6. Modelos de Referencias de Procesos

- 7.6.1. Modelo APQC
- 7.6.2. Modelo SCOR

7.7. Centro de Excelencia de Procesos (COE)

- 7.7.1. Funciones y beneficios del COE
- 7.7.2. Pasos para establecer un COE y Modelo de gobierno

7.8. Pasos para el éxito del BPM

- 7.8.1. Descubrir y simplificar
- 7.8.2. Capturar y documentar
- 7.8.3. Publicar y animar
- 7.8.4. Diseñar y mejorar
- 7.8.5. Simular y optimizar
- 7.8.6. Generar y ejecutar
- 7.8.7. Monitorizar y gestionar

7.9. Desafíos del Business Process Management

- 7.9.1. Riesgos dependiendo de la etapa del proceso
- 7.9.2. Estrategias para vencer el riesgo
- 7.9.3. Errores en la implementación

7.10. Consideraciones para iniciar un Proyecto BPM

- 7.10.1. Seleccionar el punto inicial correcto
- 7.10.2. Involucrarse con los usuarios
- 7.10.3. Medir desde el inicio

Módulo 8. Modelado y análisis de procesos**8.1. Modelado de procesos**

- 8.1.1. Propósitos del modelado de procesos
- 8.1.2. Beneficios de usar un modelo de notación estandarizado
- 8.1.3. Consideraciones para seleccionar un modelo de notación

8.2. Business Process Modelling Notation (BPMN)

- 8.2.1. Componentes de BPMN
- 8.2.2. Tipos de gráficos de BPMN
- 8.2.3. Ventajas del BPMN
- 8.2.4. Desventajas del BPMN

8.3. Otros tipos de modelado de procesos

- 8.3.1. Swim Lanes
- 8.3.2. Flow Charting
- 8.3.3. Event Process Chain (EPC)
- 8.3.4. Unified Modeling Language (UML)
- 8.3.5. Integrated Definition Language (IDEF)
- 8.3.6. Value Stream Mapping

8.4. Enfoques de Modelado de procesos

- 8.4.1. Cadena de valor
- 8.4.2. Supplier Input Process Output Customer (SIPOC)
- 8.4.3. System Dynamics

8.5. Niveles de modelado de procesos

- 8.5.1. Perspectiva empresarial
- 8.5.2. Perspectiva de negocio
- 8.5.3. Perspectiva operacional

8.6. Captura de información

- 8.6.1. Observación directa
- 8.6.2. Entrevistas
- 8.6.3. Encuestas
- 8.6.4. Talleres estructurados
- 8.6.5. Conferencias vía Web

8.7. Software de modelación (BPMS)

- 8.7.1. AuraPortal
- 8.7.2. Bizagi Modeler
- 8.7.3. Trisotech
- 8.7.4. iGrafx
- 8.7.5. IBM Blueworks Live
- 8.7.6. OnBase by Hyland
- 8.7.7. Oracle BPM Suite
- 8.7.8. Signavio

8.8. Análisis de procesos

- 8.8.1. Fase de implementación
- 8.8.2. Roles en el análisis
- 8.8.3. Factores para analizar los procesos
- 8.8.4. Análisis Económico
- 8.8.5. Árbol de causas y efectos
- 8.8.6. Análisis del riesgo
- 8.8.7. Análisis de capacidad de recursos
- 8.8.8. Análisis del talento humano

8.9. Consideraciones para el análisis de procesos

- 8.9.1. Liderazgo a nivel gerencial
- 8.9.2. Madurez de la gestión por procesos
- 8.9.3. Evitar solucionar durante el análisis
- 8.9.4. Un análisis eficiente
- 8.9.5. Resistencia potencial
- 8.9.6. Omisión de culpabilidad en no conformidades
- 8.9.7. Entendiendo la cultura organizacional
- 8.9.8. Enfoque hacia el cliente
- 8.9.9. Disponibilidad de recursos

8.10. Simulación de procesos de negocio

- 8.10.1. Consideraciones técnicas y políticas para la simulación
- 8.10.2. Paso a paso de la simulación de procesos de negocio
- 8.10.3. Herramientas de simulación

Módulo 9. Control y optimización de procesos

9.1. Diseño de procesos

- 9.1.1. Aspectos fundamentales del diseño de procesos
- 9.1.2. Transición de "AS IS" hacia el "TO BE"
- 9.1.3. Análisis económico del proceso "TO BE"

9.2. Hacia el control del desempeño de proceso

- 9.2.1. Teniendo en cuenta el nivel de madurez del proceso
- 9.2.2. Interpretaciones del desempeño
- 9.2.3. Aspectos medibles
- 9.2.4. Diseño de medición del desempeño

9.3. Medición y control del desempeño de procesos

- 9.3.1. Importancia de la medición de los procesos
- 9.3.2. Indicadores de gestión de procesos
- 9.3.3. Pasos para crear indicadores de gestión

9.4. Métodos para medir y controlar el desempeño

- 9.4.1. Mapa del flujo de valor (VSM)
- 9.4.2. Sistemas de costos basados en Actividades
- 9.4.3. Control estadístico

9.5. Control estadístico de procesos

- 9.5.1. Parámetros estadísticos
- 9.5.2. Análisis de variabilidad
- 9.5.3. Cartas de control
- 9.5.4. Planes de muestreo

9.6. Minería de procesos

- 9.6.1. Estado del arte de la minería de procesos
- 9.6.2. Metodología de la minería de procesos
- 9.6.3. Factores a considerar para la implementación

9.7. Inteligencia de Procesos

- 9.7.1. La inteligencia de procesos
- 9.7.2. Herramientas BAM (Business Activity Monitoring)
- 9.7.3. Cuadro de Mandos (Dashboards)

9.8. Gestión del Cambio

- 9.8.1. Resistencia al cambio
- 9.8.2. Manejo de la incertidumbre del talento humano
- 9.8.3. Proceso de la gestión del cambio

9.9. Transformación de la organización

- 9.9.1. Más allá de la mejora
- 9.9.2. Transformando la organización
- 9.9.3. Optimización continua

9.10. Una nueva gestión por procesos empresariales

- 9.10.1. Aspectos de una organización orientada a procesos
- 9.10.2. Evaluación de la madurez organizacional
- 9.10.3. Implementación del modelo de gobierno
- 9.10.4. Diseño de hoja de ruta del BPM

Módulo 10. Aspectos jurídicos de la transformación digital**10.1. El derecho en la transformación digital**

- 10.1.1. Relación derecho y tecnología
- 10.1.2. Retos del derecho en la era digital
- 10.1.3. Formas de asociación
- 10.1.4. Big Data
- 10.1.5. Desafíos jurídicos de la inteligencia artificial
- 10.1.6. Aspectos tributarios

10.2. Contratación empresarial

- 10.2.1. Conceptualización de la contratación empresarial
- 10.2.2. Contratos de transferencia de tecnología
- 10.2.3. Smart contracts
- 10.2.4. Cloud computing
- 10.2.5. El contrato laboral digital
- 10.2.6. Trabajo remoto

10.3. Propiedad intelectual

- 10.3.1. Derechos de autor y derechos conexos
- 10.3.2. Contenido multimedia y medidas de protección en el entorno digital
- 10.3.3. Sistema internacional de derechos de autor
- 10.3.4. Signos distintivos (marcas, nombres, enseñas comerciales y denominaciones de origen)
- 10.3.5. Patentes (De invención, modelos de utilidad y diseños industriales)
- 10.3.6. Nombres de dominio

10.4. Informática Jurídica

- 10.4.1. Blockchain
- 10.4.2. Firma digital y firma electrónica
- 10.4.3. informática forense

10.5. Competencia/antitrust

- 10.5.1. Análisis de mercado: Microeconomía
- 10.5.2. Derecho de la competencia en la era digital
- 10.5.3. Estrategias de defensa y cumplimiento

10.6. Tratados de libre comercio

- 10.6.1. Elementos fundamentales de los tratados de libre comercio
- 10.6.2. Ventajas competitivas de la gestión de los tratados de libre comercio
- 10.6.3. Principales tratados de libre comercio en el ámbito digital

10.7. Valuación de activos intangibles

- 10.7.1. Clasificación activos intangibles
- 10.7.2. Estándares internacionales de valuación de activos
- 10.7.3. Tendencias actuales de la economía de intangibles

10.8. Protección de datos personales

- 10.8.1. Conceptos aplicables
- 10.8.2. Bases de datos
- 10.8.3. Big data
- 10.8.4. La protección de datos en la Unión Europea y en Estados Unidos

10.9. Protección de derechos del consumidor

- 10.9.1. Derechos del consumidor
- 10.9.2. Regulación internacional del comercio electrónico
- 10.9.3. Arbitraje de consumo
- 10.9.4. Tendencias

10.10. Legal TECH

- 10.10.1. Legal TECH for documents
- 10.10.2. Legal TECH for contracts
- 10.10.3. Legal TECH for finance
- 10.10.4. Legal TECH for design
- 10.10.5. Legal TECH for evidence

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

11.1. Globalización y Gobernanza

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

11.2. Liderazgo

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

11.3. Cross Cultural Management

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

11.4. Desarrollo directivo y liderazgo

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

11.5. Ética empresarial

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

11.6. Sostenibilidad

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

11.7. Responsabilidad Social de la Empresa

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

11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

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

11.9. Multinacionales y derechos humanos

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

11.10. Entorno legal y Corporate Governance

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

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

12.1. Dirección Estratégica de personas

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

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias

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

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

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

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas

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

12.5. Motivación

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

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño

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

12.7. Gestión del cambio

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

12.8. Negociación y gestión de conflictos

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

12.9. Comunicación directiva

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

12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento

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

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

13.1. Entorno Económico

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

13.2. Contabilidad Directiva

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

13.3. Sistemas de información y Business Intelligence

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

13.4. Presupuesto y Control de Gestión

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

13.5. Dirección Financiera

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

13.6. Planificación Financiera

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

13.7. Estrategia Financiera Corporativa

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

13.8. Financiación Estratégica

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

13.9. Análisis y planificación financiera

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

13.10. Análisis y resolución de casos/problemas

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

Módulo 14. 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 Ddirección

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

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 Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) es un programa dirigido a profesionales del área gerencial o emprendedores que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de innovar 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.



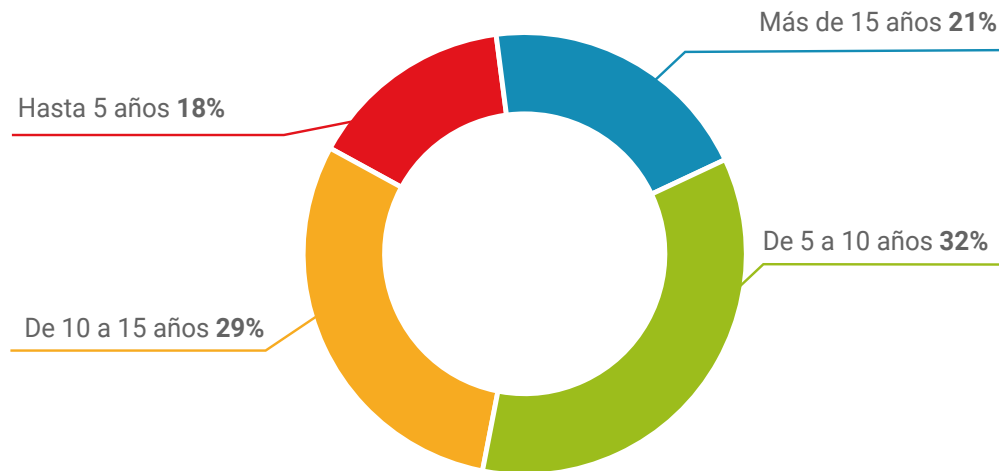
“

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

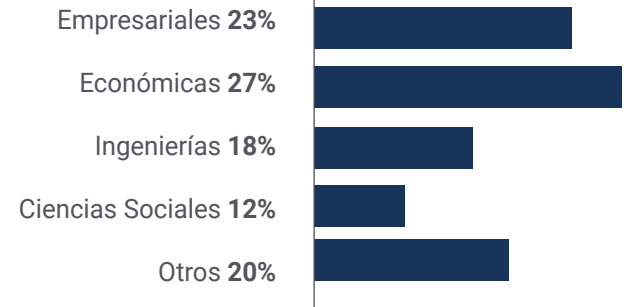
Edad media

Entre **35** y **45** años

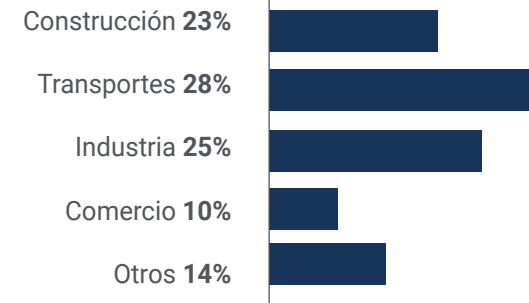
Años de experiencia



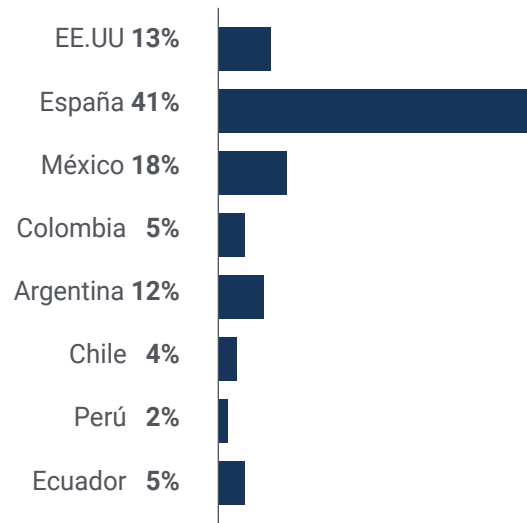
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Ricardo Rodio

Project Manager

"Llevaba tiempo buscando un programa que me permitiera adentrarme en el mundo digital de manera exhaustiva, conociendo los principales avances que se manejan en este campo relacionado con la dirección de procesos y proyectos. Sin duda, TECH me dio la oportunidad de completar mi especialización en este campo, logrando grandes beneficios a nivel profesional"

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en la dirección de proyectos, 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.





“

Un cuadro docente de alto nivel para enseñarte las claves que podrás aplicar a tu práctica diaria”

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Director Invitado Internacional

El Doctor Eric Nyquist es un destacado profesional en el ámbito **deportivo internacional**, que ha construido una carrera impresionante, destacando por su **liderazgo estratégico** y su capacidad para impulsar el cambio y la **innovación** en **organizaciones deportivas** de primer nivel.

De hecho, ha desempeñado roles de alto cargo, como el de **Director de Comunicaciones e Impacto** en **NASCAR**, con sede en **Florida, Estados Unidos**. Con muchos años de experiencia a sus espaldas en esta entidad, el Doctor Nyquist también ha ocupado varios puestos de liderazgo, incluyendo **Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico** y **Director General de Asuntos Comerciales**, gestionando más de una docena de disciplinas que van desde el **desarrollo estratégico** hasta el **Marketing de entretenimiento**.

Asimismo, Nyquist ha dejado una marca significativa en las **franquicias deportivas** más importantes de Chicago. Como **Vicepresidente Ejecutivo** de las franquicias de los **Chicago Bulls** y los **Chicago White Sox** ha demostrado su capacidad para impulsar el **éxito empresarial y estratégico** en el mundo del **deporte profesional**.

Finalmente, cabe destacar que inició su carrera en el **ámbito deportivo** mientras trabajaba en Nueva York como **analista estratégico principal** para Roger Goodell en la **Liga Nacional de Fútbol (NFL)** y, anteriormente, como **Pasante Jurídico** en la **Federación de Fútbol de Estados Unidos**.



D. Nyquist, Eric

- Director de Comunicaciones e Impacto en NASCAR, Florida, Estados Unidos
- Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico en NASCAR
- Vicepresidente de Planificación Estratégica en NASCAR
- Director General de Asuntos Comerciales en NASCAR
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago White Sox
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago Bulls
- Gerente de Planificación Empresarial en la Liga Nacional de Fútbol (NFL)
- Asuntos Comerciales/Pasante Jurídico en la Federación de Fútbol de Estados Unidos
- Doctor en Derecho por la Universidad de Chicago
- Máster en Administración de Empresas-MBA por la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago
- Licenciado en Economía Internacional por Carleton College

“

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

Dirección



D. Barrientos, Giancarlo

- ♦ Ingeniero en sistemas de la información
- ♦ Especialización en Ingeniería de software por la U.S.A.L de Buenos Aires, Argentina. Empezó su experiencia profesional enfocándose en diversos mercados de Latam y Europa como ingeniero de software para Young & Rubicam Brands, Rocket Internet GmbH y Grupo Clarín
- ♦ Creador de una empresa de tecnología para la transformación digital de la industria de seguros en Argentina, logística en México e inmobiliaria en Colombia, la cual vende a un grupo empresario de seguros
- ♦ IT Manager en Assist-365



D. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- ♦ Ingeniero Técnico Industrial por la E.U.P de Málaga
- ♦ Ingeniero Industrial por la E.T.S.I.I. de Ciudad Real
- ♦ Delegado de Protección de Datos Data Protection Officer (DPO) por la Universidad Antonio Nebrija
- ♦ Experto en dirección de proyectos y consultor y mentor de negocios en organizaciones como Youth Business Spain o COGITI de Ciudad Real
- ♦ CEO de la startup GoWork orientada a la gestión de las competencias y desarrollo profesional y la expansión de negocios a través de hiperetiquetas
- ♦ Redactor de contenido formativo tecnológico para entidades tanto públicas como privadas
- ♦ Profesor homologado por la EOI en las áreas de industria, emprendeduría, recursos humanos, energía, nuevas tecnologías e innovación tecnológica

Profesores

Dña. García Salvador, Laura

- ◆ Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas, Administración y Dirección de Empresas
- ◆ Máster en Marketing Digital en ESIC (España)
- ◆ Empezó su experiencia profesional en la agencia de publicidad CONTRAPUNTO BBDO, Creadora de: Adopta Un Abuelo (ONG) y de Ruralka Hoteles (Club de Calidad de Hoteles con encanto)

D. Goenaga Peña, Andrés

- ◆ Abogado y escritor
- ◆ Máster en Propiedad industrial, derechos de autor y nuevas tecnologías de la Universidad Externado de Colombia
- ◆ Experiencia en asesoramiento en temas relacionados con políticas de privacidad y tratamiento de datos personales, plataformas digitales, procesos de licenciamiento de software y transferencia de tecnología, análisis de datos y de contenidos digitales

Dña. Garrido, Stephanie

- ◆ Ingeniera Industrial
- ◆ Posgrado en Coaching, PNL y liderazgo de equipos, gerencia logística y procesos por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona
- ◆ Experiencia en coordinación de operaciones y procesos logísticos
- ◆ Participación como líder en gestión de proyectos para la optimización de procesos en el sector de Seguridad y Salud en el trabajo. Asimismo, en el desarrollo de sistemas de información para automatizar el desempeño de operaciones de seguridad vehicular y logística

Dña. Gómez, María Daniela

- ◆ Ingeniera industrial por la Universidad del Norte
- ◆ Diplomado en formación pedagógica
- ◆ Experiencia en el sector productivo y educativo
- ◆ Experiencia en la docencia, así como en el diseño de proyectos y optimización de procesos a través del manejo de indicadores de gestión
- ◆ Líder en la implementación de herramientas tecnológicas para mejorar el desempeño en servicios de atención al usuario



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

10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y por ello, se ponen todos los esfuerzos y herramientas a disposición para que adquiera las habilidades y destrezas necesarias que permitan lograr ese cambio.



“

En TECH 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 Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) de TECH Universidad es un programa intensivo que le preparará para afrontar retos y decisiones empresariales para la transformación digital. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

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

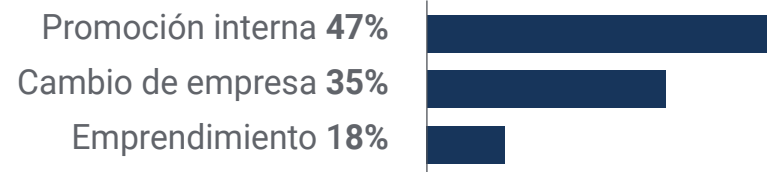
*Una oportunidad
única para mejorar tus
expectativas laborales.*

*Logra el cambio
profesional que deseas
tras la realización de
este programa de
especialización.*

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 Transformación Digital (CDO, Chief Digital 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.





“

Gracias a este programa aportarás a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización”

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 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

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

Podrá 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 Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

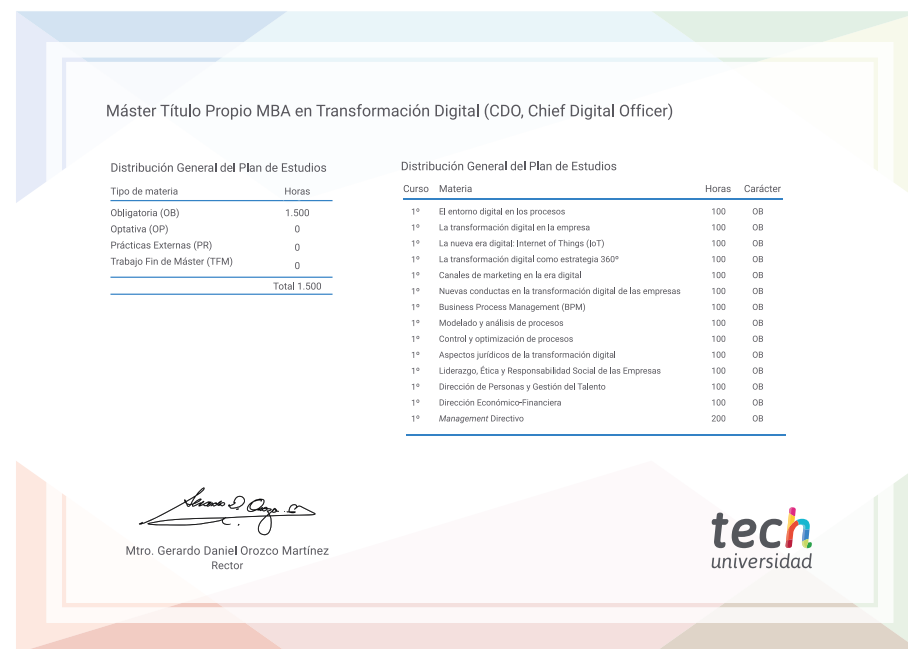
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)**

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

Duración: **12 meses**



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



Máster Título Propio MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

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

Máster Título Propio

MBA en Transformación Digital
(CDO, Chief Digital Officer)

