

Máster Título Propio

MBA en Relaciones Sindicales

M B A R S



Máster Título Propio MBA en Relaciones Sindicales

- » 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-relaciones-sindicales

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. 46

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 56

09

Dirección del curso

pág. 60

10

Impacto para tu carrera

pág. 78

11

Beneficios para tu empresa

pág. 82

12

Titulación

pág. 86

01

Bienvenida

Los recursos humanos de una empresa son uno de los activos más importantes, imprescindibles para lograr un crecimiento exitoso de la compañía. Sin embargo, en ocasiones existen diferencias profesionales entre los empleados y las compañías que pueden llegar a juicio. Para evitarlo, es importante que se creen políticas de empleo consensuadas entre ambas partes, que permitan lograr unas condiciones laborales beneficiosas tanto para los trabajadores como para la empresa. Para especializar a los profesionales en este campo, en TECH hemos diseñado este programa académico sobre Relaciones Sindicales, con el que podrás adquirir las herramientas y habilidades necesarias para defender los derechos de los trabajadores de una manera eficaz y contundente.



MBA en Relaciones Sindicales
TECH Global University



“

*Conoce las principales novedades en Relaciones
Sindicales y lucha para defender los derechos de
los trabajadores de una manera más eficiente”*

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

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 han establecido, de forma realista, una capacitación completa y óptima para llevar al alumno a la excelencia académica e impulsarlo para que consiga una progresión eficiente en su carrera profesional. Por todo esto, este itinerario será para el alumno un viaje de crecimiento tanto personal como profesional que le llevará hasta la calidad máxima en su labor diaria.



“

Logra el impulso que necesitas para desarrollarte con éxito en tu faceta laboral gracias a la realización de este MBA”

**TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos
Trabajan conjuntamente para conseguirlos**

El MBA en Relaciones Sindicales capacitará al alumno para:

01

Conocer la evolución de los recursos humanos, especialmente en el entorno empresarial

04

Conocer el funcionamiento de los procedimientos de contratación y la Seguridad Social

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 una Administración efectiva del Personal

05

Conocer los derechos de protección de datos inherentes a los trabajadores

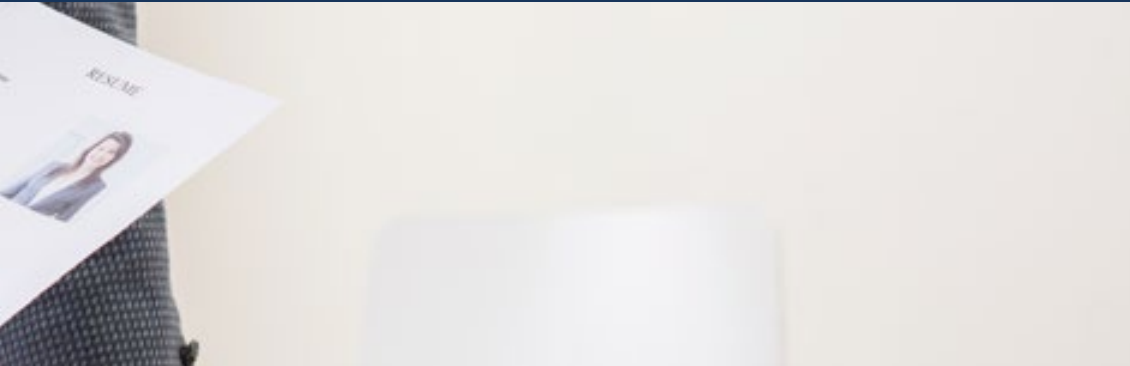


06

Reconocer la política sindical para la representación de los trabajadores

08

Aproximar al alumno a las fuentes de investigación, indicándole su clasificación y profundizando en la fiabilidad de las mismas a la hora de comenzar una investigación



09

Reconocer las técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos y cuantitativos

07

Intervenir en las relaciones laborales entre el empleador y empleado

10

Adquirir conocimiento en el funcionamiento general del mercado del trabajo

11

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

12

Conocer los aspectos esenciales del Derecho Laboral

13

Obtener conocimientos teóricos y prácticos sobre el funcionamiento de la vertiente colectiva de las relaciones de trabajo

14

Conocer las vías de negociación para el entendimiento de los procesos de resolución de conflictos colectivos extrajudiciales

15

Adquirir habilidades relativas a la localización de materiales relacionados con los textos legislativos



16

Identificar y aplicar el contexto de la intermediación laboral en las políticas de empleo nacionales e internacionales

18

Obtener una visión de igualdad y diversidad en los entornos laborales

19

Descubrir la igualdad de género en la organización, así como las condiciones del entorno para personas discapacitadas

17

Conocer los agentes intermediadores de empleo, su política de colaboración público–privada con los Servicios Públicos de Empleo y las actuaciones que los regulan

20

Ser capaz de aplicar los vectores fundamentales de la gestión del cambio organizacional, a través del análisis de las estrategias de transformación en la organización



05

Competencias

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



A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has three bars of increasing height. The text 'Profit Trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

Un programa de alto nivel académico diseñado para ayudarte a adquirir las competencias necesarias para tu éxito profesional”

01

Lograr el óptimo manejo y gestión de la comunicación, marketing y publicidad integral de la empresa en función de los principios de la responsabilidad social corporativa empresarial

02

Aplicar el marco normativo de protección de datos y los principios éticos en la gestión de las empresas

03

Crear un plan de mejora del clima laboral

04

Interpretar diversos programas y políticas gubernamentales

05

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



06

Entender los aspectos esenciales en materia de empleo y contratación laboral

08

Aplicar políticas de empleo



07

Diferenciar las distintas políticas de empleo

09

Determinar el funcionamiento de las organizaciones sindicales

10

Discutir los procesos de transformación digital

11

Realizar una gestión estratégica del departamento de Recursos Humanos

13

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

12

Poner en marcha planes pensados para fomentar una gestión efectiva de la acción sindical

14

Comprender las normas que regulan el mercado y las relaciones laborales desde una perspectiva de igualdad y de género



15

Manejar la regulación constitucional del conflicto colectivo y del derecho a la huelga: sus tipos y cuestiones formales

17

Utilizar la metodología, herramientas y recursos materiales adaptados a la selección de personal



16

Identificar las diferentes formas laborales a lo largo de la historia y en distintos modelos político-sociales

18

Ahondar en la psicología del trabajo y de las organizaciones

06

Estructura y contenido

El temario de este programa 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 temario 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 ofrecer un aprendizaje eficaz y rápido, compatible con tu vida personal y profesional”

Plan de estudios

Los docentes de TECH han diseñado este programa académico que dotará a los profesionales de las competencias que les permitirán diseñar y poner en marcha políticas de empleo eficaces que apuesten por el talento de los trabajadores. Todo esto, además de revalorizar el perfil profesional del alumno, les convertirá en un activo valiosísimo en las empresas, ya que las compañías que sean incapaces de tratar adecuadamente a su personal no alcanzarán sus objetivos.

De esta forma, a través de este itinerario académico, el profesional aprenderá a realizar una gestión efectiva que busque desarrollar, planear y coordinar las estrategias que permiten promover el desempeño eficiente del personal a través de políticas de empleo eficientes. Esta tarea, pensada especialmente para el área de Gestión y Administración de RRHH, organizará y maximizará el desempeño de los activos humanos de una empresa u organización, con el fin de aumentar su productividad.

Así mismo, se dará las herramientas necesarias y específicas a los profesionales para que lleven a cabo tareas de acción sindical adecuadas a las necesidades de los trabajadores y en defensa de sus derechos laborales.

Este completísimo compendio de contenidos que te ofrecemos está pensado para ser impartido en formato 100% digital. Así, solo necesitarás un dispositivo electrónico con conexión a internet y tendrás acceso al banco de información más grande que puedas imaginar. Además, al ser en formato online, serás tú quien decida cuándo, cómo y dónde estudiar, por lo que no tendrás que renunciar al resto de tus actividades diarias para seguirte especializando.

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se distribuye en 15 módulos:

Módulo 1	Teoría de las relaciones laborales
Módulo 2	Sociología del trabajo
Módulo 3	Estrategias y métodos de investigación social
Módulo 4	Economía laboral y de mercado
Módulo 5	Derecho del trabajo
Módulo 6	Derecho laboral colectivo
Módulo 7	Gestión de políticas en intermediación laboral
Módulo 8	Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RRHH
Módulo 9	Gestión del entorno laboral I
Módulo 10	Gestión del entorno laboral II
Módulo 11	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 12	Dirección de Personas y Gestión del Talento
Módulo 13	Dirección Económico-Financiera
Módulo 14	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
Módulo 15	Management Directivo

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH te ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Relaciones Sindicales de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, podrás acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que te permitirá autogestionar tú mismo tu tiempo de estudio.

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



Módulo 1. Teoría de las relaciones laborales

1.1. Historia de las relaciones laborales

- 1.1.1. Marco conceptual y definición. (conceptos básicos de empleo, trabajo)
- 1.1.2. Evolución histórica de las relaciones laborales
- 1.1.3. La sociedad del conocimiento en el s.XXI

1.2. Evolución de las formas de trabajo

- 1.2.1. Las relaciones laborales y los mercados de trabajo
- 1.2.2. La teoría de la segmentación del mercado de trabajo y sus prácticas

1.3. Socialismo–Comunismo en las relaciones laborales

- 1.3.1. Marco conceptual del socialismo y del comunismo
- 1.3.2. Breve descripción histórica
- 1.3.3. Las relaciones laborales bajo el marco político comunista
- 1.3.4. Las relaciones laborales bajo el marco político del socialismo

1.4. Liberalismo-Capitalismo en las relaciones laborales

- 1.4.1. Concepto de liberalismo vs. Capitalismo
- 1.4.2. El capitalismo a lo largo de la historia de la economía
- 1.4.3. Las relaciones laborales bajo el prisma del capitalismo económico

1.5. Derecho Sindical

- 1.5.1. El sindicalismo
- 1.5.2. Fundamentos del Derecho Sindical
- 1.5.3. El papel de la negociación colectiva

1.6. Representación de los trabajadores

- 1.6.1. Concepto
- 1.6.2. Marco regulador
- 1.6.3. Negociación

1.7. La intervención estatal en las relaciones laborales

- 1.7.1. Marco histórico
- 1.7.2. La intervención pública en la configuración de las relaciones laborales individuales
- 1.7.3. Contratos laborales, jornadas laborales, salario y prestaciones

1.8. Institucionalismo y pluralismo

- 1.8.1. Conceptualización y encuadre dentro de las teorías del estado
- 1.8.2. El institucionalismo
- 1.8.3. El pluralismo

1.9. Corporativismo

- 1.9.1. Conceptualización
- 1.9.2. Tipos de corporativismo en el panorama internacional

1.10. Las políticas sociales en el ámbito internacional

- 1.10.1. Políticas sociales (convergencias y divergencias)
- 1.10.2. Modelos de intervención
- 1.10.3. El Estado de Bienestar

Módulo 2. Sociología del trabajo**2.1. Concepto de sociología del trabajo**

- 2.1.1. Introducción, objetivos y concepto de sociología
- 2.1.2. Concepto del trabajo
- 2.1.3. Concepto de sociología del trabajo
- 2.1.4. Campo de acción de la sociología del trabajo

2.2. Estudio de la conducta humana en la sociedad

- 2.2.1. La acción humana, medios y fines
- 2.2.2. La producción y los trabajadores
- 2.2.3. El impacto del crecimiento de la población en el trabajo

2.3. Aspectos económicos: estudio de la sociología del trabajo

- 2.3.1. Teoría del valor en los economistas clásicos
- 2.3.2. Teoría del valor en Karl Marx
- 2.3.3. Críticas a la teoría del valor trabajo
- 2.3.4. El Keynesianismo

2.4. Evolución histórica y contexto social del trabajo

- 2.4.1. El trabajo en la antigüedad
- 2.4.2. La revolución industrial
- 2.4.3. El desarrollo de la sociedad industrial y sus efectos laborales
- 2.4.4. De la sociedad industrial a la sociedad postindustrial
- 2.4.5. El trabajo en la sociedad de la información

2.5. Historia de las principales teorías sociológicas del trabajo y de las organizaciones

- 2.5.1. Teorías sociológicas del trabajo
- 2.5.2. Teorías sociológicas contemporáneas del trabajo
- 2.5.3. Taylor y la organización científica del trabajo

2.6. El comportamiento grupal en las organizaciones

- 2.6.1. Análisis del proceso de trabajo
- 2.6.2. Los recursos humanos: trabajo mecánico y creatividad
- 2.6.3. El orden social en las organizaciones: cosmos y taxis

2.7. Sociología de las relaciones laborales en la empresa

- 2.7.1. Teorías de la subjetividad
- 2.7.2. Teorías del mercado de trabajo
- 2.7.3. Sociología de las relaciones laborales

2.8. Aspectos centrales en las organizaciones

- 2.8.1. Los distintos roles dentro de la organización
- 2.8.2. Estructuras organizativas

2.9. Paradigma tecnológico y mercado de trabajo

- 2.9.1. El impacto de la innovación
- 2.9.2. La innovación en la empresa moderna
- 2.9.3. La automatización en la producción
- 2.9.4. Gestión de datos e Inteligencia Artificial

2.10. Retos del mercado de trabajo en el s.XXI

- 2.10.1. Los sindicatos en el siglo XXI
- 2.10.2. Manifestaciones y huelgas de trabajadores
- 2.10.3. El futuro del trabajo
- 2.10.4. La inmigración y el mercado de trabajo
- 2.10.5. Emigración, globalización y trabajo

Módulo 3. Estrategias y métodos de investigación social

<p>3.1. Nociones básicas sobre investigación: la ciencia y el método científico</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1. Definición del método científico 3.1.2. Método analítico 3.1.3. Método sintético 3.1.4. Método inductivo 3.1.5. El pensamiento cartesiano 3.1.6. Las reglas del método cartesiano 3.1.7. La duda metódica 3.1.8. El primer principio cartesiano 3.1.9. Los procedimientos de inducción según J. Mill Stuart 	<p>3.2. El proceso general de la investigación: enfoque cuantitativo y cualitativo</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1. Presupuestos epistemológicos 3.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio 3.2.3. Relación sujeto-objeto 3.2.4. Objetividad 3.2.5. Procesos metodológicos 3.2.6. La integración de métodos 	<p>3.3. Paradigmas de investigación y métodos derivados de ellos</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.3.1. ¿Cómo surgen las ideas de investigación? 3.3.2. ¿Qué investigar en educación? 3.3.3. Planteamiento del problema de investigación 3.3.4. Antecedentes, justificación y objetivos de la investigación 3.3.5. Fundamentación teórica 3.3.6. Hipótesis, variables y definición de conceptos operativos 3.3.7. Selección del diseño de investigación 3.3.8. El muestreo en estudios cuantitativos y cualitativos 	<p>3.4. Proceso y etapas de la investigación cuantitativa</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.4.1. Fase 1: fase conceptual 3.4.2. Fase 2: fase de planificación y diseño 3.4.3. Fase 3: fase empírica 3.4.4. Fase 4: fase analítica 3.4.5. Fase 5: fase de difusión
<p>3.5. Tipos de investigación cuantitativa</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.5.1. Investigación histórica 3.5.2. Investigación correlacional 3.5.3. Estudio de caso 3.5.4. Investigación "ex post facto" sobre hechos cumplidos 3.5.5. Investigación cuasi-experimental 3.5.6. Investigación experimental 	<p>3.6. Proceso y etapas de la investigación cualitativa</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.6.1. Fase 1: fase preparatoria 3.6.2. Fase 2: fase de campo 3.6.3. Fase 3: fase analítica 3.6.4. Fase 4: fase informativa 	<p>3.7. Tipos de investigación cualitativa</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.7.1. La etnografía 3.7.2. La teoría fundamentada 3.7.3. La fenomenología 3.7.4. El método biográfico y la historia de vida 3.7.5. El estudio de casos 3.7.6. El análisis de contenido 3.7.7. El examen del discurso 3.7.8. La investigación acción participativa 	<p>3.8. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.8.1. La entrevista estructurada 3.8.2. El cuestionario estructurado 3.8.3. Observación sistemática 3.8.4. Escalas de actitud 3.8.5. Estadísticas 3.8.6. Fuentes secundarias de información
<p>3.9. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.9.1. Entrevista no estructurada 3.9.2. Entrevista en profundidad 3.9.3. Grupos focales 3.9.4. Observación simple, no regulada y participativa 3.9.5. Historias de vida 3.9.6. Diarios 3.9.7. Análisis de contenidos 3.9.8. El método etnográfico 	<p>3.10. Control de calidad de los datos</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.10.1. Requisitos de un instrumento de medición 3.10.2. Procesamiento y análisis de datos cuantitativos <ul style="list-style-type: none"> 3.10.2.1. Validación de datos cuantitativos 3.10.2.2. Estadística para el análisis de datos 3.10.2.3. Estadística descriptiva 3.10.2.4. Estadística inferencial 3.10.3. Procesamiento y análisis de datos cualitativos <ul style="list-style-type: none"> 3.10.3.1. Reducción y categorización 3.10.3.2. Clarificar, sintetizar y comparar 3.10.3.3. Programas para el análisis cualitativo de datos textuales 		

Módulo 4. Economía laboral y de mercado**4.1. Introducción al mercado de trabajo**

- 4.1.1. Definición del mercado de trabajo
- 4.1.2. Funcionamiento del mercado de trabajo
- 4.1.3. Los sistemas económicos y la economía del mercado
- 4.1.4. Distribución de la población

4.2. La Ley de Demanda y Oferta Laboral

- 4.2.1. Los sistemas económicos y la economía de mercado
- 4.2.2. El funcionamiento del mercado: la demanda y la oferta
- 4.2.3. Elasticidad y desplazamiento de las curvas de oferta y demanda
- 4.2.4. El equilibrio del mercado

4.3. La economía como ciencia

- 4.3.1. El concepto de escasez y el uso de bienes
- 4.3.2. La actividad económica
- 4.3.3. Los factores productivos
- 4.3.4. La población como condicionante de la actividad económica

4.4. Los mercados de trabajo

- 4.4.1. Distribución de la población
- 4.4.2. Situación de colectivos desfavorecidos
- 4.4.3. Perspectivas del mercado laboral en Latinoamérica

4.5. Los sindicatos

- 4.5.1. La libertad sindical
- 4.5.2. Funcionamiento del sindicato
- 4.5.3. Régimen jurídico sindical

4.6. La representación sindical en la empresa

- 4.6.1. La representación sindical en la empresa
- 4.6.2. Las asociaciones de sindicatos
- 4.6.3. La huelga

4.7. Negociación colectiva

- 4.7.1. El papel de la negociación colectiva
- 4.7.2. Los convenios colectivos
- 4.7.3. Los convenios sectoriales
- 4.7.4. Comisiones encargadas de la negociación en la organización

4.8. Políticas gubernamentales

- 4.8.1. Políticas para la creación de empleos
- 4.8.2. Políticas sociales de apoyo al desempleado
- 4.8.3. Ejemplos internacionales

4.9. Orientación Vocacional

- 4.9.1. Introducción a la Orientación Vocacional
- 4.9.2. La orientación vocacional como un detonador de empleo
- 4.9.3. Tendencia regional en la demanda de puestos de trabajo

4.10. La responsabilidad social en el otorgamiento de puestos laborales

- 4.10.1. Responsabilidad social
- 4.10.2. Grupos sociales expuestos a discriminación
- 4.10.3. Políticas y programas incluyentes en la organización

Módulo 5. Derecho del Trabajo

5.1. Las fuentes del Derecho del Trabajo

- 5.1.1. Las fuentes normativas del ordenamiento laboral. Introducción
- 5.1.2. Las fuentes internacionales
 - 5.1.2.1. La función normativa de la Organización Internacional del Trabajo
 - 5.1.2.2. La función normativa de la Unión Europea. El Derecho Comunitario
 - 5.1.2.3. El Derecho internacional paccionado. Los convenios bilaterales y multilaterales
- 5.1.3. Las fuentes internas
 - 5.1.3.1. La Constitución Española
 - 5.1.3.2. Las leyes y las normas con rango de ley
 - 5.1.3.3. Los reglamentos
 - 5.1.3.4. Los convenios colectivos
 - 5.1.3.5. Los usos y costumbres locales y profesionales
 - 5.1.3.6. Los principios del derecho-trabajo
 - 5.1.3.7. La doctrina emanada de los órganos judiciales

5.2. El trabajador

- 5.2.1. Introducción
- 5.2.2. Las características propias de la relación laboral
 - 5.2.2.1. Carácter personalísimo
 - 5.2.2.2. Voluntariedad
 - 5.2.2.3. Dependencia
 - 5.2.2.4. Ajenidad
 - 5.2.2.5. Retribución
- 5.2.3. Las relaciones laborales de naturaleza especial
 - 5.2.3.1. El personal de alta dirección no incluido en el Artículo 1.3 c. del Estatuto de los Trabajadores
 - 5.2.3.2. El servicio del hogar familiar
 - 5.2.3.3. Los penados en instituciones penitenciarias
 - 5.2.3.4. Los deportistas profesionales
 - 5.2.3.5. Los artistas en espectáculos públicos
 - 5.2.3.6. Las personas que intervengan en operaciones mercantiles por cuenta de uno o más empresarios sin asumir el riesgo y ventura de aquellas: los representantes de comercio
 - 5.2.3.7. Las personas con discapacidad que trabajen en los centros especiales de empleo

- 5.2.3.8. Los estibadores portuarios
- 5.2.3.9. La residencia para la formación de especialistas en Ciencias de la Salud
- 5.2.3.10. Los letrados que prestan servicios en despachos de abogados, individuales o colectivos
- 5.2.4. Los trabajos excluidos
 - 5.2.4.1. Los funcionarios públicos y el personal estatutario al servicio de la Administración
 - 5.2.4.2. Las prestaciones personales obligatorias
 - 5.2.4.3. Los consejeros de las empresas societarias
 - 5.2.4.4. Los trabajos amistosos, benévolo o de buena vecindad
 - 5.2.4.5. Los trabajos familiares
 - 5.2.4.6. La intermediación mercantil con asunción del riesgo
 - 5.2.4.7. El servicio de transporte
 - 5.2.4.8. Los trabajos realizados por cuenta propia

5.3. El empleador y la empresa

- 5.3.1. El empresario. Concepto y naturaleza jurídica
- 5.3.2. La subrogación empresarial
- 5.3.3. Los grupos de empresas
- 5.3.4. La descentralización productiva. Contratas y subcontratas de obras y servicios
 - 5.3.4.1. Los diferentes supuestos de responsabilidad en materia salarial y de Seguridad Social
 - 5.3.4.2. La externalización productiva y la seguridad y salud en el entorno laboral
 - 5.3.4.3. Deberes de información, consulta y participación en el contexto de una contrata de obras o servicios
- 5.3.5. La cesión ilegal de trabajadores
 - 5.3.5.1. Concepto y descripción del fenómeno
 - 5.3.5.2. Consecuencias de la cesión ilegal
- 5.3.6. Las empresas de trabajo temporal
 - 5.3.6.1. El compromiso civil o mercantil entre la empresa de trabajo temporal y la empresa usuaria. El contrato de puesta a disposición
 - 5.3.6.2. La relación laboral entre la empresa de trabajo temporal y el empleado cedido. El contrato de trabajo
 - 5.3.6.3. La especial situación del trabajador en el seno de la empresa usuaria

5.4. El contrato de trabajo

- 5.4.1. El contrato de trabajo: concepto y características básicas
- 5.4.2. Formalidades del contrato de trabajo
 - 5.4.2.1. Consentimiento, objeto y causa
 - 5.4.2.2. Capacidad para contratar
 - 5.4.2.3. La forma del contrato
 - 5.4.2.4. La validez del contrato: la nulidad total y parcial del vínculo laboral
 - 5.4.2.5. La simulación del contrato de trabajo
- 5.4.3. El período de prueba
- 5.4.4. Principales modalidades contractuales
 - 5.4.4.1. Contratos indefinidos
 - 5.4.4.2. Contratos de duración determinada
 - 5.4.4.3. Contratos formativos
 - 5.4.4.4. Otras modalidades contractuales

5.5. Derechos y deberes laborales básicos

- 5.5.1. Derechos y deberes básicos del trabajador
 - 5.5.1.1. Derechos
 - 5.5.1.2. Deberes
- 5.5.2. Derechos y deberes básicos del empresario
 - 5.5.2.1. El poder de dirección
 - 5.5.2.2. El poder disciplinario

5.6. La prevención de riesgos laborales

- 5.6.1. Introducción
- 5.6.2. La garantía a la tutela frente a los riesgos profesionales: los principios de la acción preventiva
- 5.6.3. El plan de prevención. La evaluación de los riesgos y la planificación de la actividad tuteladora
- 5.6.4. Los equipos de trabajo y los medios de protección
- 5.6.5. La información, consulta y participación de los trabajadores
- 5.6.6. La formación de los trabajadores
- 5.6.7. Las medidas de emergencia
- 5.6.8. El riesgo grave e inminente
- 5.6.9. El deber de vigilancia de la salud

5.6.10. Las responsabilidades de naturaleza documental

- 5.6.10. Las responsabilidades de naturaleza documental
- 5.6.11. La coordinación de las actividades empresariales
- 5.6.12. La singular atención dispensada a ciertos colectivos
 - 5.6.12.1. Los trabajadores especialmente sensibles a determinados riesgos
 - 5.6.12.2. La maternidad
 - 5.6.12.3. Los menores
 - 5.6.12.4. Los trabajadores con relaciones laborales temporales o puestos a disposición por una empresa de trabajo temporal
- 5.6.13. Las responsabilidades de la mano de obra en relación con la prevención de los riesgos profesionales

5.7. El salario

- 5.7.1. El salario
 - 5.7.1.1. Concepto y caracteres
 - 5.7.1.2. Forma de pago: en dinero o en especie
 - 5.7.1.3. La estructura salarial
 - 5.7.1.4. Liquidación y pago del salario
 - 5.7.1.5. La compensación y absorción de salarios
 - 5.7.1.6. Las garantías del salario
 - 5.7.1.7. Las gratificaciones extraordinarias
- 5.7.2. Las percepciones extrasalariales
- 5.7.3. El principio de igualdad y no discriminación por razón de sexo en el devengo y abono de la retribución
- 5.7.4. El derecho a la promoción económica

5.8. El tiempo de trabajo

- 5.8.1. La jornada de trabajo
 - 5.8.1.1. La jornada ordinaria de trabajo
 - 5.8.1.2. Las horas extraordinarias
 - 5.8.1.3. Las jornadas especiales de trabajo
 - 5.8.1.4. Las reducciones de jornada previstas en el Estatuto de los Trabajadores
- 5.8.2. El trabajo nocturno y a turnos
 - 5.8.2.1. El trabajo nocturno
 - 5.8.2.2. El trabajo a turnos
- 5.8.3. Las fiestas laborales, los permisos y las vacaciones anuales
 - 5.8.3.1. Las fiestas laborales
 - 5.8.3.2. Los permisos
 - 5.8.3.3. Las vacaciones anuales
- 5.8.4. El calendario laboral

5.9. Novación del contrato de trabajo

- 5.9.1. La movilidad funcional
- 5.9.2. La movilidad geográfica
 - 5.9.2.1. La movilidad geográfica a instancias del empresario
 - 5.9.2.2. La movilidad geográfica a instancias del trabajador
- 5.9.3. La modificación sustancial de las condiciones de trabajo
 - 5.9.3.1. Primer requisito: concurrencia de una causa justificativa
 - 5.9.3.2. Segundo requisito: materia objeto de modificación
 - 5.9.3.3. Tercer requisito: procedimiento a seguir
- 5.9.4. La modificación de las condiciones establecidas en un convenio colectivo estatutario

5.10. La suspensión y la extinción del contrato de trabajo

- 5.10.1. La suspensión del contrato de trabajo
 - 5.10.1.1. Maternidad, paternidad, adopción, acogimiento y riesgo durante el embarazo
 - 5.10.1.2. Las excedencias
 - 5.10.1.3. La suspensión del contrato de trabajo por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción
 - 5.10.1.4. La suspensión del contrato por fuerza mayor
- 5.10.2. La extinción del contrato de trabajo
 - 5.10.2.1. La extinción por voluntad unilateral del trabajador
 - 5.10.2.2. La extinción por voluntad unilateral del empleador: el despido

Módulo 6. Derecho laboral colectivo

6.1. Autonomía colectiva y sistema de relaciones laborales

- 6.1.1. Autonomía colectiva: concepto y elementos estructurales
- 6.1.2. La estructura tridimensional de la autonomía colectiva y su reflejo: libertad sindical Y derecho a huelga
- 6.1.3. El derecho a la negociación colectiva

6.2. La libertad sindical

- 6.2.1. La configuración constitucional de la libertad sindical
- 6.2.2. Titularidad del derecho de libertad sindical
- 6.2.3. Contenido del derecho de libertad sindical

6.3. Régimen jurídico del sindicato

- 6.3.1. Constitución y adquisición de la personalidad jurídica
- 6.3.2. Funcionamiento interno del sindicato y régimen económico
- 6.3.3. La responsabilidad del sindicato

6.4. Asociacionismo empresarial

- 6.4.1. La estructura patronal y sindical
- 6.4.2. Representación sindical: sindicatos más representativos
- 6.4.3. Estructura de representación patronal, criterios y determinación atribuciones

6.5. La representación y acción colectiva de los trabajadores en la empresa

- 6.5.1. El doble canal de representación en la empresa
- 6.5.2. La representación unitaria: delgados de personal y comités de empresa
- 6.5.3. Las elecciones sindicales
- 6.5.4. El derecho de reunión en las empresas: asambleas de trabajadores

6.6. La negociación colectiva

- 6.6.1. El reconocimiento constitucional y legal del derecho a la negociación colectiva
- 6.6.2. Convenios y acuerdos colectivos el trabajo: clasificación y tipología
- 6.6.3. Estructura de la negociación colectiva y concurrencia de convenios

6.7. La dinámica de la negociación colectiva de eficacia general: elaboración, vigencia y aplicación del convenio

- 6.7.1. Sujetos negociadores: capacidad y legitimación
- 6.7.2. Proceso de negociación: el deber de negociar
- 6.7.3. Requisitos formales y control de legalidad: la impugnación del convenio
- 6.7.4. Aplicación e interpretación del convenio: cuestiones básicas
- 6.7.5. La vigencia del convenio
- 6.7.6. La adhesión y extensión del convenio

6.8. El conflicto colectivo

- 6.8.1. Concepto y clases de conflicto colectivo
- 6.8.2. La regulación constitucional el conflicto colectivo
- 6.8.3. Las medidas de conflicto colectivo por parte de los trabajadores y empresarios

6.9. La huelga

- 6.9.1. El reconocimiento constitucional de derecho de huelga: titularidad y contenido
- 6.9.2. El ejercicio del derecho de huelga: cuestiones formales. El comité de Huelga
- 6.9.3. Tipos de huelga: huelgas ilegales y huelgas abusivas
- 6.9.4. Los efectos de la huelga

6.10. Las medidas de solución de los conflictos colectivos

- 6.10.1. Heterocomposición y autocomposición de los conflictos colectivos en el ordenamiento español: tipología, tramitación y efectos
- 6.10.2. Los medios extrajudiciales de solución de conflictos
- 6.10.3. Acuerdo estatal de solución extrajudicial de conflictos (ASACV)

Módulo 7. Gestión de políticas en intermediación laboral**7.1. La intermediación laboral en la cartera común de los Servicios del Sistema Nacional de Empleo**

- 7.1.1. La intermediación laboral
- 7.1.2. El nuevo papel de los servicios público de empleo
- 7.1.3. Discriminación en el acceso al empleo

7.2. La intermediación laboral

- 7.2.1. Conceptualización de la intermediación: principios básicos
- 7.2.2. Intermediación laboral y orientación profesional
- 7.2.3. La intermediación laboral dentro de las políticas activas de empleo en los Servicios Públicos
- 7.2.4. Agentes colaboradores en la externalización de la intermediación: agencias de colocación y empresas de trabajo temporal

7.3. Prospección laboral I

- 7.3.1. Datos estadísticos sobre el tejido empresarial
- 7.3.2. Fuentes de información sobre el mercado laboral
- 7.3.3. Indicadores del mercado de trabajo actual
- 7.3.4. Yacimientos de empleo

7.4. Prospección laboral II

- 7.4.1. Diagnóstico y análisis del mercado laboral
- 7.4.2. La prospección y sus fases: acercamiento a la empresa y plan de captación
- 7.4.3. Fidelizar y evaluar la relación con las empresas
- 7.4.4. Gestión de la demanda de empleo y acompañamiento a la empresa

7.5. Las actividades de reclutamiento

- 7.5.1. Conceptualización del reclutamiento: tipologías
- 7.5.2. Procedimientos de reclutamiento en la era digital: *e-recruitment*
- 7.5.3. El reclutamiento en las entidades colaboradoras de colocación

7.6. Itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral

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

7.7. El régimen sancionador en materia de intermediación

- 7.7.1. Las carencias sancionadoras del reclutamiento de mano de obra irregular. La orientación y la colocación
- 7.7.2. El régimen sancionador en materia de formación

7.8. Cesión ilegal de trabajadores: marco normativo

- 7.8.1. Las sucesivas reformas del concepto y la actual identificación de la cesión ilegal
- 7.8.2. Cesiones ilegales interempresariales
- 7.8.3. Consecuencias de la cesión ilícita

7.9. La colaboración público-privada en la intermediación laboral

- 7.9.1. Modelos europeos de colaboración público-privada
- 7.9.2. El Acuerdo Marco de colaboración público-privada tras la reforma laboral
- 7.9.3. La convergencia de obligaciones formativas con los servicios públicos de empleo

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

- 7.10.1. La intermediación laboral en agencias de colocación telemáticas
- 7.10.2. La movilidad laboral y la globalización en las políticas de empleo
- 7.10.3. La prospección laboral en la era digital

Módulo 8. Gestión estratégica de la igualdad y la diversidad en los RR. HH

8.1. Programas y políticas de empleo gubernamentales

- 8.1.1. Conocimiento de las políticas de empleo gubernamentales vigentes
- 8.1.2. Programas de subsidio al empleo
- 8.1.3. El gobierno como otorgante de empleo

8.2. Políticas de pobreza y exclusión social

- 8.2.1. Conceptualización de la pobreza en términos socioeconómicos
- 8.2.2. Contextualización jurídica y social
- 8.2.3. La pobreza y la inclusión social en las políticas de empleo

8.3. Grupos sociales y las dificultades en el empleo

- 8.3.1. Identificación de los grupos sociales
- 8.3.2. Prácticas laborales excluyentes
- 8.3.3. Programas y leyes protectoras de los grupos sociales

8.4. Discapacidad en el entorno laboral

- 8.4.1. Conceptualización de la discapacidad
- 8.4.2. Programas de inclusión laboral en la empresa
- 8.4.3. Incentivos gubernamentales

8.5. Programas de jóvenes y primer empleo

- 8.5.1. Políticas de becarios y practicantes en la empresa
- 8.5.2. Programas gubernamentales
- 8.5.3. Retos del empleo juvenil en el contexto de transformación digital

8.6. Pensiones y jubilación

- 8.6.1. Leyes correspondientes
- 8.6.2. Sujetos de derecho a pensión o jubilación

8.7. Mujer y trabajo I: violencia de género

- 8.7.1. Contextualización de la violencia de género
- 8.7.2. Programas empresariales contra la violencia de género
- 8.7.3. La promoción del empleo en las mujeres víctimas de violencia de género

8.8. Mujer y Trabajo II: discriminación y marginación en el empleo

- 8.8.1. La mujer en el contexto laboral a lo largo de la historia
- 8.8.2. Discriminación en el empleo
- 8.8.3. Sectores productivos de mayor empleabilidad para las mujeres

8.9. Inmigración y trabajo

- 8.9.1. Tipos de inmigrantes
- 8.9.2. Permisos de trabajo
- 8.9.3. La participación del gobierno en la promoción de la migración legal

8.10. Administración de personal internacional

- 8.10.1. Empresas globales
- 8.10.2. Inmigrantes y expatriados
- 8.10.3. Fomentar una cultura empresarial global

Módulo 9. Gestión del entorno laboral I**9.1. Introducción en la gestión del entorno laboral**

- 9.1.1. La cultura organizacional, el liderazgo y el conflicto
- 9.1.2. Elementos básicos de la cultura organizacional
- 9.1.3. Conflictos: conceptos y tipos
- 9.1.4. La relación entre cultura y liderazgo: su relación con el conflicto

9.2. Introducción a la prevención de riesgos laborales

- 9.2.1. Introducción a la seguridad y salud laboral
- 9.2.2. Introducción a la ergonomía laboral
- 9.2.3. Introducción a la prevención de riesgos psicosociales

9.3. Condiciones del entorno para personas con discapacidad

- 9.3.1. NOM -030- SSA3-2013
- 9.3.2. Tipos de discapacidad
- 9.3.3. Adecuación correcta del lugar de trabajo

9.4. Igualdad de género en la organización

- 9.4.1. Artículo 86 de LFT
- 9.4.2. Reglamento y sanciones en la organización
- 9.4.3. Acciones para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en materia de empleo

9.5. Gestión de la inserción laboral

- 9.5.1. La selección de personal
- 9.5.2. Procesos de selección interna
- 9.5.3. Procesos de selección externa

9.6. Ética y conducta empresarial

- 9.6.1. El concepto de responsabilidad social
- 9.6.2. Principios éticos que deben informar en la gestión de las empresas
- 9.6.3. Responsabilidad social empresarial
- 9.6.4. Responsabilidad social empresarial y mercadotecnia responsable

9.7. Clima laboral

- 9.7.1. El clima en las organizaciones: concepto de clima laboral
- 9.7.2. Dimensiones del clima laboral
- 9.7.3. Medida del clima laboral
- 9.7.4. Herramientas de medición cualitativa del clima laboral: análisis DAFO Y PESTEL

9.8. Deterioro clima laboral

- 9.8.1. Riesgos psicosociales: *burnout* y *mobbing*
- 9.8.2. Absentismo laboral

9.9. Marco normativo de protección de datos

- 9.9.1. Introducción a la protección datos
- 9.9.2. Ley federal de protección de datos en posesión de los particulares
- 9.9.3. Multas y sanciones

9.10. Plan de mejora del clima laboral

- 9.10.1. Prevención primaria, secundaria y terciaria
- 9.10.2. Intervención en crisis
- 9.10.3. Criterios esenciales de un plan de acción

Módulo 10. Gestión del entorno laboral II

10.1. Cambios en el diseño organizacional y cultural

- 1.10.1. Evolución histórica de las configuraciones organizacionales: modelos actuales y tendencias en diseño organizacional
- 1.10.2. El rol del gestor de entornos en el diseño en las organizaciones

10.2. Gestión del cambio en la cultura organizativa

- 10.2.1. Las etapas del proceso de gestión del cambio
- 10.2.2. Cambios en el entorno (socioeconómicos, demográficos, geopolíticos)
- 10.2.3. Cambios en el modelo de negocio: rol actual y futuro del gestor del cambio como dinamizador del cambio en el modelo de negocio
- 10.2.4. Transformación de los procesos

10.3. La transformación digital en las empresas

- 10.3.1. El entorno laboral en la cuarta revolución industrial
- 10.3.2. Elementos de la organización digital: alfabetismo digital e integración tecnológica
- 10.3.3. Innovación en la era digital empresarial
- 10.3.4. Planeación estratégica hacia la transformación digital

10.4. Relaciones interpersonales y liderazgo transformador

- 10.4.1. Tendencias en la gestión de personas y equipos
- 10.4.2. Transformación personal: herramientas y técnicas

10.5. Responsabilidad Social Corporativa

- 10.5.1. La sostenibilidad empresarial y los principios morales de la RSC
- 10.5.2. Gestión y administración de empresas socialmente responsables
- 10.5.3. Planificación de objetivos de responsabilidad social
- 10.5.4. Los *stakeholders*
- 10.5.5. ISO 26000 de Responsabilidad Social Corporativa
- 10.5.6. Gestión de la Responsabilidad Social. Modelo RS10

10.6. Mercadotecnia social en el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

- 10.6.1. Aspectos claves de la mercadotecnia social
- 10.6.2. La perspectiva ética de la mercadotecnia social
- 10.6.3. Plan de Mercadotecnia Social

10.7. Programa de asistencia al empleado

- 10.7.1. Introducción e historia de los programas de asistencia al empleado (PAE)
- 10.7.2. Beneficios de los programas de asistencia al empleado (PAE)

10.8. Programa de bienestar de empleado

- 10.8.1. Concepto de bienestar laboral
- 10.8.2. Elaboración de programas de bienestar laboral

10.9. Plan de igualdad de oportunidades en la empresa

- 10.9.1. La igualdad en el entorno laboral: marco normativo
- 10.9.2. La figura del agente de igualdad en la empresa
- 10.9.3. Elaboración de diagnóstico de necesidades en materia de igualdad empresarial
- 10.9.4. Elaboración del plan de igualdad empresarial

10.10. Plan de comunicación integral en la empresa

- 10.10.1. La comunicación interna en la empresa
- 10.10.2. Procesos de comunicación externa empresarial: posicionamiento, briefing y estrategias de comunicación publicitaria
- 10.10.3. Elaboración de un plan de comunicación empresarial

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. Sostenibilidad

- 11.5.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 11.5.2. Agenda 2030
- 11.5.3. Las empresas sostenibles

11.6. Responsabilidad Social de la Empresa

- 11.6.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 11.6.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.6.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

11.7. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 11.7.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 11.7.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 11.7.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 11.7.4. Herramientas y estándares de la RSC

11.8. Multinacionales y derechos humanos

- 11.8.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 11.8.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 11.8.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

11.9. Entorno legal y Corporate Governance

- 11.9.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 11.9.2. Propiedad intelectual e industrial
- 11.9.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

12.1. Dirección Estratégica de personas

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

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias

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

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

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

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas

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

12.5. Motivación

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

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño

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

12.7. Comunicación directiva

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

12.8. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 12.8.1. La productividad
- 12.8.2. Palancas de atracción y retención de talento

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

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

13.2. Contabilidad Directiva

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

13.3. Sistemas de información y Business Intelligence

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

13.4. Presupuesto y Control de Gestión

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

13.5. Dirección Financiera

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

13.6. Planificación Financiera

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

13.7. Estrategia Financiera Corporativa

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

13.8. Financiación Estratégica

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

13.9. Análisis y planificación financiera

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

13.10. Análisis y resolución de casos/problemas

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

14.1. Dirección comercial

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

14.2. Marketing

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

14.3. Gestión Estratégica del Marketing

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

14.4. Marketing digital y comercio electrónico

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

14.5. Marketing digital para reforzar la marca

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

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

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

14.7. Gestión de campañas digitales

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

14.8. Estrategia de ventas

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

14.9. Comunicación Corporativa

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

14.10. Comunicación y reputación digital

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

Módulo 15. Management Directivo

15.1. General Management

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

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

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

15.3. Dirección de operaciones

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

15.4. Oratoria y formación de portavoces

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

15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

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

15.6. Comunicación en situaciones de crisis

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

15.7. Inteligencia emocional

- 15.7.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 15.7.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 15.7.3. Autoestima y comunicación emocional

15.8. Branding Personal

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

15.9. Liderazgo y gestión de equipos

- 15.9.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 15.9.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 15.9.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 15.9.4. Gestión de Equipos Multiculturales

07

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”

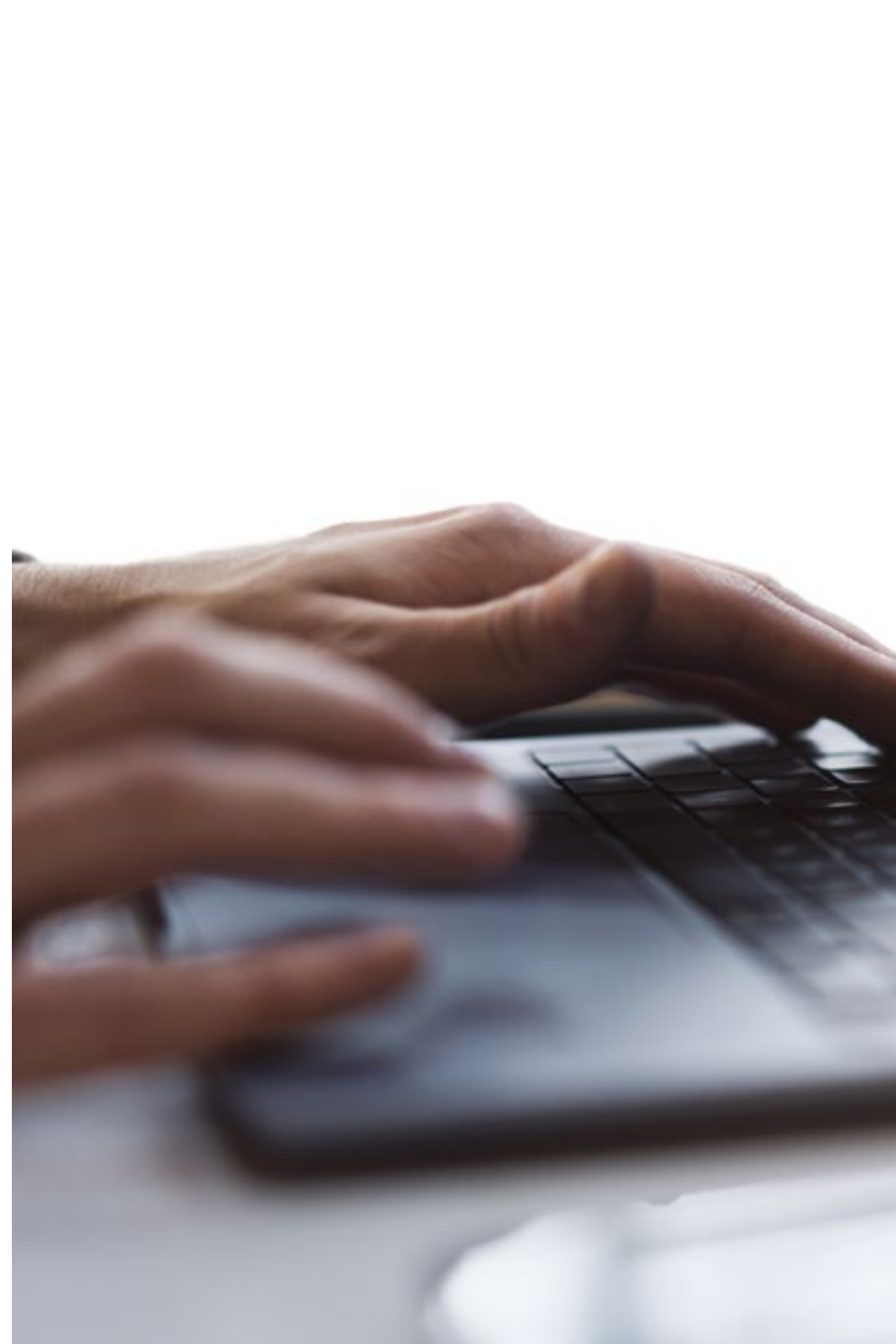
El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

Nuestro MBA en Relaciones Sindicales es un programa dirigido a profesionales de las Relaciones Laborales y los Recursos Humanos que quieran actualizar sus conocimientos en el área de las políticas de empleo y la acción sindical, 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 especialización, les habilitará para ejercer en este campo con garantías de éxito y les posibilitará posicionarse como expertos en esta área.



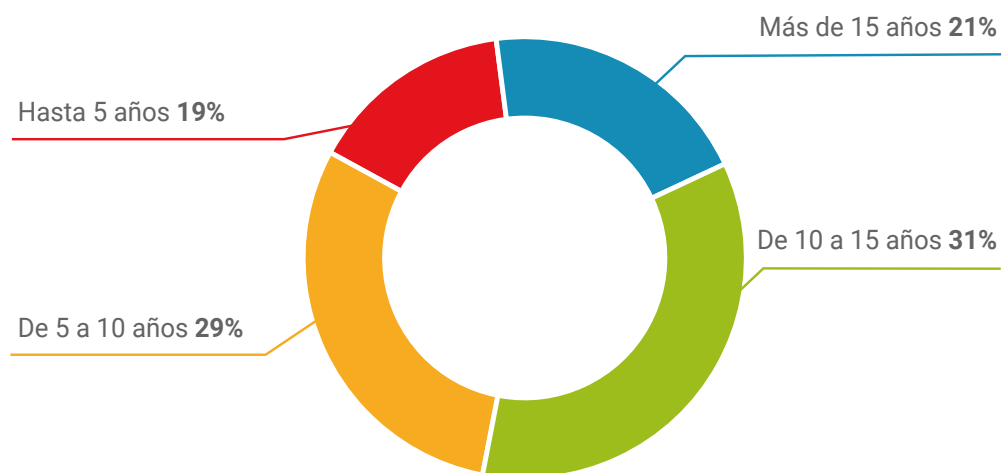
“

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

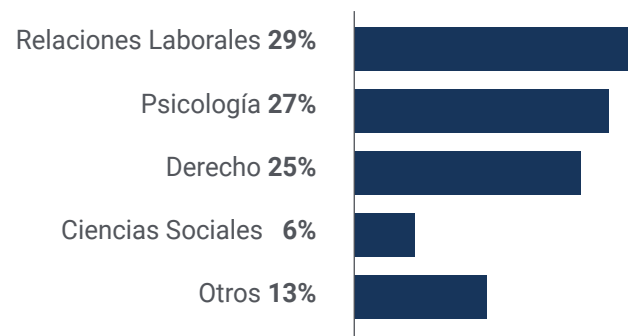
Edad media

Entre **35** y **45** años

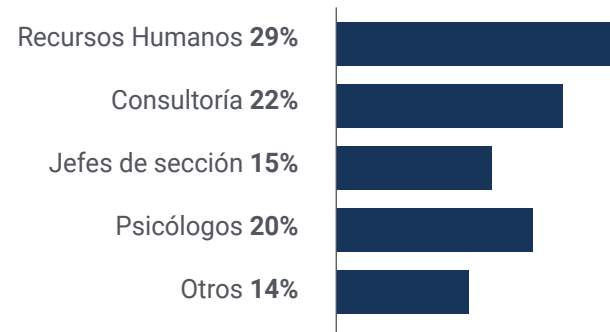
Años de experiencia



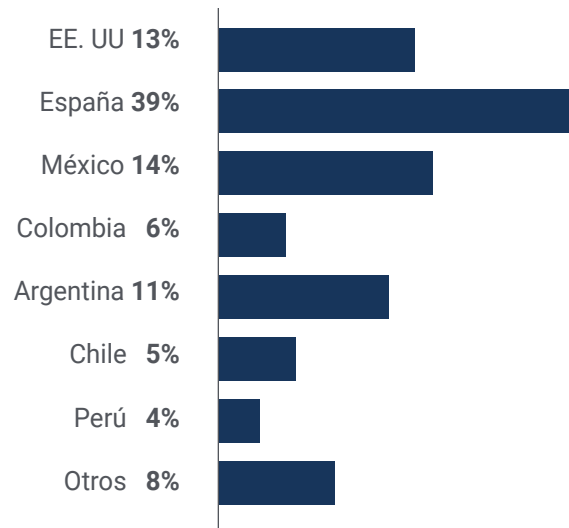
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Santiago Sánchez

Gerente de Marketing y Vocal sindical

“Como representante sindical en la empresa donde trabajo, siento que es absolutamente necesario estar correctamente informado para poder hacer una defensa más completa de mis derechos y los de mis compañeros. Con este programa he conseguido lo que estaba buscando y ahora me encuentro en una posición mucho más cómoda a la hora de hacer mi trabajo”

09

Dirección del curso

TECH apuesta continuamente por la excelencia académica. Por eso, cada uno de sus programas cuenta con equipos docentes de máximo prestigio. Estos expertos disponen de una amplia experiencia en sus campos profesionales y, al mismo tiempo, han alcanzado resultados significativos con sus investigaciones empíricas y trabajos de campo. Además, estos especialistas ocupan un rol protagonista dentro de la titulación universitaria, al asumir la responsabilidad de seleccionar los contenidos más actualizados e innovadores para su inclusión en los temarios. Al mismo tiempo, participan en la elaboración de numerosos recursos multimedia de alto rigor pedagógico.



“

Un completísimo cuadro docente, compuesto por expertos de dilatada experiencia, estará a tu alcance en este programa de TECH”

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

“

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!”

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 hacerlo con eficiencia contrastada. Por ello, en TECH ponemos todos nuestros recursos a tu alcance para que logres el éxito profesional que deseas.



“

Queremos ayudarte a conseguir el éxito profesional gracias a la aportación de este completísimo programa académico”

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

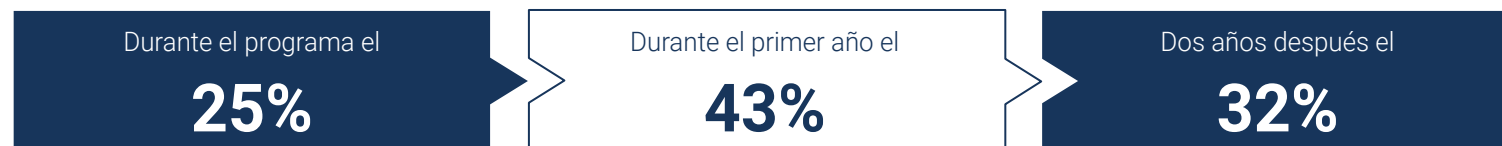
Este programa intensivo de TECH te prepara para afrontar retos y decisiones en la gestión de políticas de empleo y la acción sindical. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

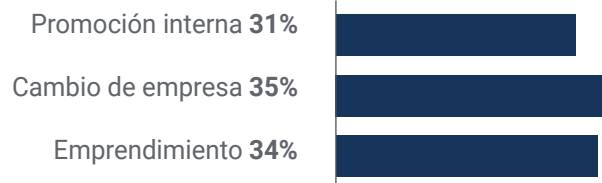
Gracias a este programa recibirás un elevado número de ofertas laborales con las que podrás iniciar tu crecimiento profesional.

La realización de esta especialización te permitirá adquirir las habilidades necesarias para promover un cambio profesional en tu carrera.

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 Relaciones Sindicales 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, aumentado tu capacitación y mejorando tus habilidades directivas. Pero, además, supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

Aporta a la empresa nuevas estrategias en la gestión de políticas de empleo gracias a la mejora de tus conocimientos y capacitación”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional 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 profesional 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

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

06

Aumento de la competitividad

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



12

Titulación

El MBA en Relaciones Sindicales 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 Relaciones Sindicales** 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.

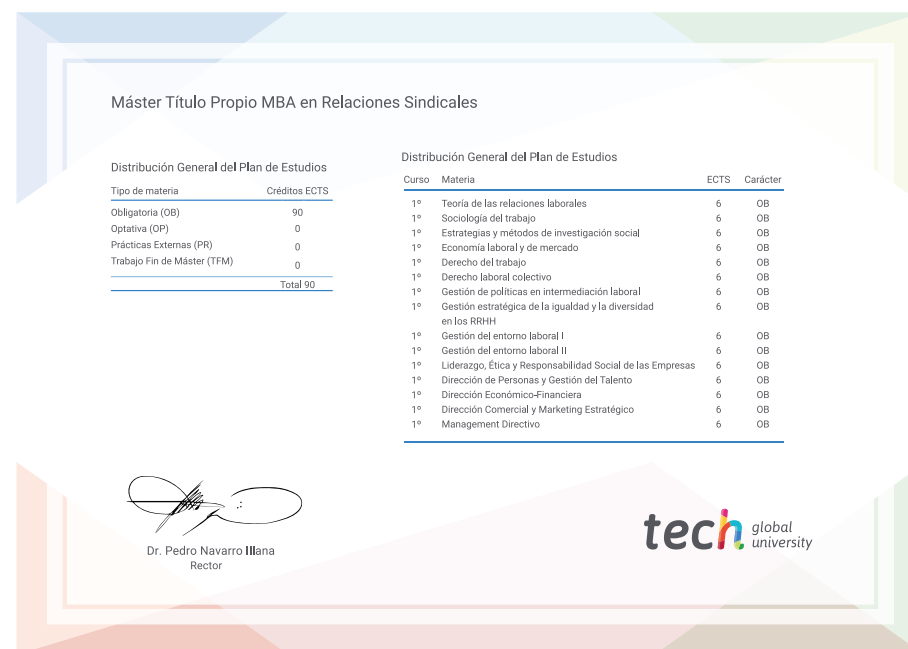
Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Máster Título Propio MBA en Relaciones Sindicales**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



Máster Título Propio MBA en Relaciones Sindicales

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

Máster Título Propio

MBA en Relaciones Sindicales