

Máster Semipresencial

Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital





Máster Semipresencial Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master-semipresencial/master-semipresencial-creacion-emprendimiento-empresa-digital

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

¿Por qué cursar este
Máster Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competencias

pág. 16

05

Dirección del curso

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 24

07

Prácticas

pág. 36

08

¿Dónde puedo hacer
las Prácticas?

pág. 42

09

Metodología

pág. 46

10

Titulación

pág. 54

01

Presentación

El mundo actual se mueve gracias a la digitalización. El internet pasó de ser un medio de información a un lugar de negocio digital, en el que se puede hablar con una persona en el otro extremo del mundo y realizar una compra en línea. Por todas las facilidades que proporciona este medio, es innegable la necesidad de contar con una fuerte presencia en la web para lograr ese acercamiento con el usuario y brindarles un servicio adaptado a sus necesidades. En este programa semipresencial, el estudiante tendrá la oportunidad de capacitarse en las ciencias empresariales para que pueda idear, crear y dirigir una empresa con la mayor garantía de éxito.





“

Dominar las estrategias más avanzadas para la creación de una empresa en este mundo digital es una habilidad indispensable en la actualidad”

La manera en la que se emprende, dirige y trabaja el sector empresarial ha cambiado en los últimos años. El establecer una empresa hoy no es lo mismo que antes, básicamente porque no se necesita de un espacio físico definido para poner en marcha un negocio. Partiendo de este hecho, son muchas las personas que han comenzado a emprender, aunque no es una tarea sencilla y requiere de un conocimiento especializado.

En este sentido, el Máster Semipresencial de TECH ayudará a todos los empresarios y emprendedores que quieren incursionar en este sector. Para lograr esto, primero deberán completar un programa online, para luego realizar una estancia práctica en una agencia de gran prestigio internacional. De esta manera, estarán capacitados para idear, crear y dirigir empresas en el sector digital con unas mayores garantías de éxito.

Durante todo el recorrido del temario, el estudiante analizará multitud de casos prácticos para entender en profundidad el funcionamiento del entorno digital. Asimismo, se abordarán las estrategias de Marketing Digital más efectivas y que facilita una experiencia de usuario memorable. Esto es fundamental para conseguir una buena reputación para la organización y garantizar que el cliente regrese a comprar en próximas ocasiones.

Además, el alumnado recibirá 10 exhaustivas *Masterclasses* de un eminente experto internacional. Bajo el cargo de Director Invitado, este especialista contribuirá a que los egresados amplíen sus competencias con rigor y exhaustividad, así como de manera exclusiva.

Al completar la parte teórica, el estudiante podrá realizar una estancia práctica en una agencia de prestigio. Aquí llevará a cabo una serie de actividades que le prepararán para afrontar cualquier situación en su práctica diaria. Además, no estará solo, ya que contará con el apoyo y guía de un especialista adjunto, quien le enseñará a adaptarse al nuevo contexto que implica intervenir y desarrollarse en la empresa digital, realizando la gestión y administración de una empresa propia.

Este **Máster Semipresencial en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ Desarrollo de más de 100 casos prácticos presentados por expertos en ciencias empresariales
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información específica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Planes integrales de actuación sistematizada en el ámbito de los negocios
- ♦ Sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas
- ♦ Las Guías prácticas para el uso de las principales herramientas de las ciencias empresariales
- ♦ Su especial hincapié en las metodologías más innovadoras para la aplicación de técnicas de liderazgo en los negocios
- ♦ Lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Además, podrás realizar una estancia de prácticas empresariales en uno de los mejores entornos de negocio

“

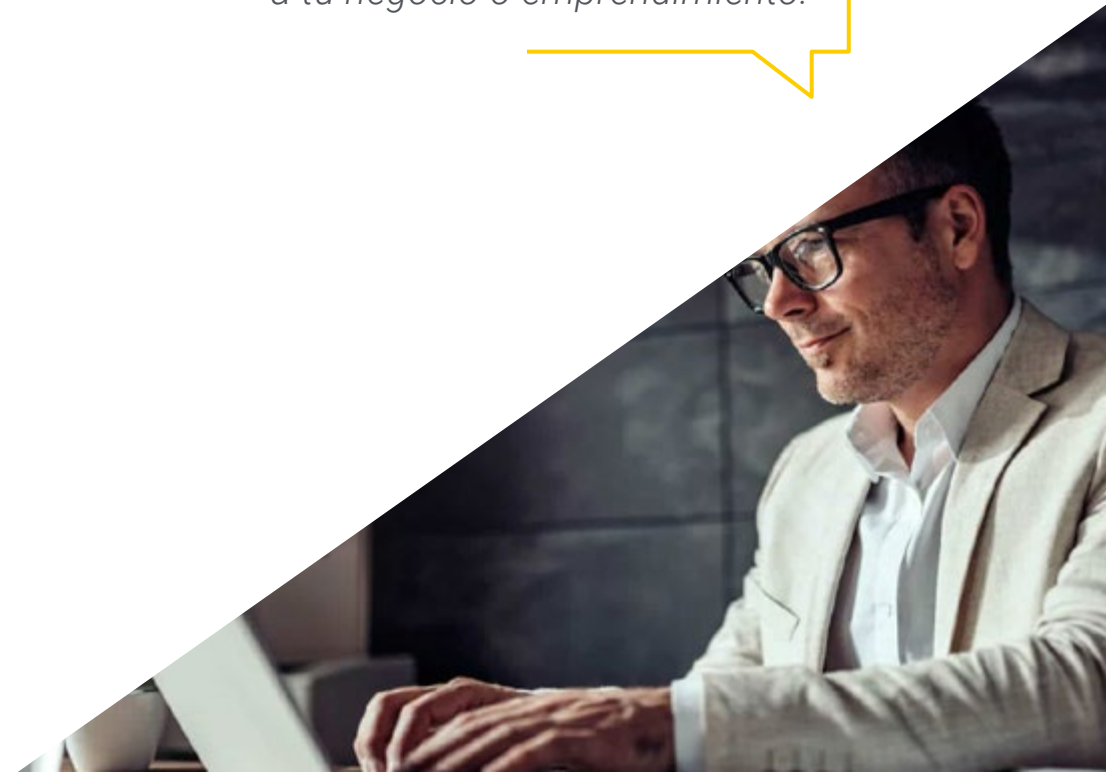
Durante tres semanas realizarás un aprendizaje intensivo que te permitirá comprender las principales funciones de la directiva de una empresa digital”

En esta propuesta de Máster, de carácter profesional y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales especializados en ciencias empresariales y que requieren un alto nivel de cualificación. Los contenidos están basados en la última evidencia científica y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico en su práctica diaria y los elementos teórico. De esta manera, los elementos teórico-prácticos facilitarán la actualización del conocimiento y permitirán la toma de decisiones en entornos complejos.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales. El diseño de este programa está centrado en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del mismo. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Desarrolla las competencias que te permitirán tomar decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos como el del mundo digital.

Accede a nuevas oportunidades gracias a este programa práctico, en el que podrás integrar las nuevas tecnologías a tu negocio o emprendimiento.



02

¿Por qué cursar este Máster Semipresencial?

Para poder avanzar en una era de constantes avances y donde las actualizaciones digitales están a la orden del día, los profesionales que desean emprender un negocio deben contar con los conocimientos financieros, organizativos, estratégicos para poder evaluar las oportunidades que le brinda el mercado para invertir en un sector específico. En ese sentido, las múltiples opciones que ofrece en la actualidad el internet y la globalización, han abierto las puertas a una serie de posibilidades de expansión comercial a través de los medios digitales.





“

Esta es la única universidad donde encontrarás un programa tan completo donde verifiques la teoría con la propia práctica. Sin duda una oportunidad única de aprendizaje que no puedes dejar pasar”

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

Para aprender todas las novedades sobre la creación de empresas y emprendimiento digital TECH ha elegido un entorno netamente moderno y vanguardista. Por eso, desde que entre a su plataforma virtual disfrutará de una serie de recursos multimedia que facilitan el aprendizaje. Asimismo, para entender los procesos de la Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital ha seleccionado a modelos de negocios exitosos que compartirán sus experiencias desde el primer momento. Conociendo así un entorno vanguardista y con los sistemas que hoy se necesitan.

2. Profundizar a partir de la experiencia de los mejores especialistas

TECH elige a los mejores especialistas en el área de estudio para que el alumno aprenda al lado de los que saben. Este programa cuenta con unos docentes expertos que han elegido el temario a desarrollar y han elaborado cada uno de los materiales de estudio. Además, para el planteamiento de sus objetivos de enseñanza contará con el acompañamiento en el entorno laboral por 3 semanas de un equipo multidisciplinar que le mostrará todas las funciones a desempeñar para obtener el mejor resultado.

3. Adentrarse en entornos empresariales de primera

TECH selecciona minuciosamente todos los centros disponibles para las Capacitaciones Prácticas. Gracias a ello, el especialista tendrá garantizado el acceso a un entorno empresarial de prestigio en el área de la Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital. De esta manera, podrá comprobar el día a día de un área de trabajo exigente, rigurosa y exhaustiva, aplicando siempre las últimas tesis y postulados científicos en su metodología de trabajo.





4. Combinar la mejor teoría con la práctica más avanzada

Este programa ha sido creado con la finalidad de que el alumno pueda aplicar sus conocimientos desde el primer momento para que aproveche al máximo las 3 semanas de Capacitación Práctica. Por eso, se han diseñado un conjunto de actividades propias de la función de su rol para que dirija acciones a la mejora de su perfil profesional, gracias al acompañamiento de un tutor asignado.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

TECH ofrece las posibilidades de realizar esta Capacitación Práctica no solo en centros de envergadura nacional, sino también internacional. De esta forma, el especialista podrá expandir sus fronteras y ponerse al día con los mejores profesionales, que ejercen en entornos empresariales de primera categoría y en diferentes continentes. Una oportunidad única que solo TECH podría ofrecer.



Tendrás una inmersión práctica total en el centro que tú mismo elijas”

03 Objetivos

Este Máster Semipresencial está pensado para cubrir las necesidades de capacitación de los profesionales en ciencias empresariales que deseen emprender en el entorno digital. Para ello, se ha diseñado un programa que reúne los planteamientos más actuales en el área de una forma realista y completa. Esto llevará al estudiante a la excelencia académica e impulsará su carrera hacia el éxito.



“

Este programa te brinda una oportunidad única de realizar una estancia presencial para realizar todo lo aprendido en la modalidad online”



Objetivo general

- El objetivo principal de este Máster Semipresencial en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital es el de lograr que el estudiante integre en su ambiente profesional las nuevas tecnologías digitales que requiere para tener mayor presencia en la web y el mundo en general. Para ello contarán con programa completo que unifica la teoría y la práctica de manera coherente



*De manera práctica y sencilla
podrás entender el funcionamiento
del panorama empresarial dentro
del mundo digital”*





Objetivos específicos

- Conocer la forma correcta de administrar y gestionar empresas de todos los tamaños y sectores
- Entender en profundidad lo que son las Tecnologías de la Información y Comunicación y su implicación en las organizaciones actuales
- Saber trabajar con diversos tipos de TIC
- Saber trabajar la contabilidad y las finanzas de una empresa
- Aprender a realizar una buena dirección comercial en empresas de todos los tamaños y sectores
- Saber trabajar con los sistemas de gestión de la información
- Entender los fundamentos de la dirección empresarial a nivel estratégico.
- Conocer en profundidad los fundamentos del Marketing Digital en las empresas actuales
- Entender el funcionamiento del panorama empresarial dentro del mundo digital
- Conocer los fundamentos de la administración de empresas a partir de la descripción de sus elementos, su entorno, función y organización
- Contar con los elementos necesarios para una toma de decisiones asertiva
- Entender el ámbito de la dirección y administración
- Comprender la formulación de cuentas anuales
- Identificar la relación de la administración directiva con la empresa
- Comprender las principales funciones de la directiva con la empresa
- Adquirir un panorama amplio sobre el proceso administrativo y lo aplicará dentro de sus funciones laborales
- Conocer las características del tributo y ser capaz de clasificarlos
- Entender las obligaciones tributarias desde un punto de vista legal
- Analizar la importancia de la contar con iniciativa para el emprendimiento de negocios
- Entender el papel preponderante de la innovación como diferenciador para el establecimiento de planes de negocio



Profundiza en la teoría de mayor relevancia en este campo, aplicándola posteriormente en un entorno laboral real”

04 Competencias

Al superar cada módulo del temario, el estudiante adquirirá las competencias profesionales que necesita para emprender en el mundo digital, siendo el compromiso ético y la visión de negocio los pilares fundamentales en los que se sustente para ser un directivo de éxito en la era digital.



“

Este programa te ayudará a potenciar tus ideas para emprender y diferenciarte en el entorno digital”



Competencias generales

- Crear y administrar con éxito empresas del entorno digital
- Adaptar las estrategias usuales del emprendimiento al entorno volátil y cambiante del ámbito digital
- Aprovechar al máximo las múltiples oportunidades de negocio que ofrece el panorama digital



Las habilidades que obtendrás al realizar este programa te permitirán desarrollar tu propio proyecto empresarial"





Competencias específicas

- Analizar las distintas estrategias que existen en Marketing Digital y gestionar campañas de este tipo
- Potenciar la innovación dentro de empresas de todos los sectores
- Diseñar un plan de negocios desde sus inicios, conociendo los medios de financiamiento disponibles
- Comprender las estrategias de gestión de los sistemas de información para el correcto funcionamiento de la empresa
- Interpretar las características, funciones y tipologías de los diversos sistemas de tecnologías de la información
- Intervenir en escenarios tecnológicos para el desarrollo de procesos formativos adaptables al nuevo contexto
- Analizar las implicaciones del entorno económico global en los negocios
- Analizar las distintas estrategias de reestructuración de las empresas
- Poder calcular diversos impuestos empresariales
- Potenciar las ideas para el emprendimiento en el panorama digital
- Integrar las nuevas Tecnologías de la Información en ambientes virtuales para el desarrollo de procesos formativos en diferentes ámbitos
- Adaptarse al nuevo contexto que implica intervenir y desarrollarse en la empresa digital
- Identificar las variables que deben considerarse en la toma de decisiones empresariales
- Gestionar y administrar empresas del sector digital

05

Dirección del curso

Este programa de estudio cuenta con un reputado cuerpo docente. Estos profesionales poseen una vasta experiencia en sus respectivos campos. Además, han obtenido resultados significativos a través de investigaciones. A su vez, han desempeñado un papel fundamental en la selección de los contenidos más actualizados e innovadores para el plan de estudios. Asimismo, contribuyen activamente en la creación de recursos multimedia de alta calidad pedagógica.



“

Contarás con un cuadro docente compuesto por los profesionales más capacitados y experimentados en materia de emprendimiento digital”

Directora Invitada Internacional

Reconocida entre los **35 Líderes Innovadores Globales** menores de 35 años por el **MIT Technology Review**, Rebeca Hwang es una prominente figura en el panorama internacional de los negocios y el emprendimiento. Esta experta destaca por su **experiencia, versatilidad y éxito** en el desarrollo de **inversiones de capital de riesgo**. Además, ha sido cofundadora y socia de **proyectos empresariales en diferentes países** como Estados Unidos, México, Malasia, Corea del Sur, Islandia, Perú e Islandia.

Entre otras responsabilidades, Hwang se desempeña como **Directora del Centro de Emprendimiento Global y Empresa Familiar Thunderbird**. En ella se ha consolidado como una influyente líder corporativa. Asimismo, su papel como **Socia Directora de Kalei Ventures**, una firma de inversión que se enfoca en **startups tecnológicas** en fase inicial en **América Latina**, ha contribuido al crecimiento y desarrollo de numerosas empresas en esa región. Antes de Kalei, fue cofundadora y **Directora General de Rivet Ventures**, centrada en empresas dirigidas por mujeres, destacando la importancia de la inclusión de género en el mundo empresarial.

Además de sus logros empresariales, esta experta es una **prolífica inventora con 12 patentes concedidas y 9 en trámite**. También, ha defendido apasionadamente el impulso a **oportunidades de cambio** para las **empresas familiares**. Su dedicación a trabajar con las nuevas generaciones de pequeños emprendedores en la **tecnología**, la **inversión en activos alternativos** y el **espíritu emprendedor** la convierten en una verdadera visionaria del contexto corporativo contemporáneo.

Por otro lado, ha participado en la fundación de organizaciones como **Cleantech Open**, **Startup Malaysia** y **Startup Nations Summit**, que evidencian su **compromiso** con el apoyo a negocios en ciernes de todo el mundo. Además, su asidua colaboración con **diversas iniciativas y comités**, así como su experiencia como conferencista TED, subrayan su influencia global.



Dña. Hwang, Rebeca

- Directora de Thunderbird School of Global Management de la Universidad de Arizona, Phoenix, EE. UU.
- Emprendedora especializada en Inversión de Capital de Riesgo
- Inventora con 12 patentes concedidas y 9 en trámite
- Colaboradora académica de la Universidad de Stanford
- Socia Directora de Kalei Ventures
- Directora General de Rivet Ventures
- Cofundadora y Presidente de la startup YouNoodle
- Cofundadora de Cleantech Open
- Cofundadora de Startup Malaysia
- Cofundadora de Startup Nations Summit
- Miembro de: Comité de Acceso a Capital del Consejo México-Estados Unidos de Emprendimiento e Innovación, Consejo Global de Kauffman's GEN, Consejo Global sobre el Futuro de las Migraciones del Foro Económico Mundial

“

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

06

Estructura y contenido

En esta primera parte del Máster Semipresencial en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital, el estudiante tendrá acceso a un temario 100% online, el cual ha sido diseñado a su medida para impulsar su carrera. Durante este periodo de aprendizaje, podrá abordar y analizar distintas estrategias del Marketing Digital para mejorar la experiencia del usuario, así como comprender el funcionamiento de empresa a nivel organizacional.





“

No esperes más y matricúlate en este Máster Semipresencial que contiene todas las novedades para que emprendas el camino empresarial en la era digital”

Módulo 1. Administración de empresas: introducción y organización

- 1.1. La empresa y sus elementos
 - 1.1.1. El concepto de empresa
 - 1.1.2. Funciones y clasificaciones de objetivos empresariales
 - 1.1.3. El empresariado
 - 1.1.4. Tipos de empresa
- 1.2. La empresa como sistema
 - 1.2.1. Conceptos del sistema
 - 1.2.2. Los modelos
 - 1.2.3. Subsistema de la empresa
 - 1.2.4. Subsistema de valores
- 1.3. El entorno de la empresa
 - 1.3.1. Entorno y valor
 - 1.3.2. Entorno general
 - 1.3.3. Entorno específico
 - 1.3.4. Herramientas de análisis
- 1.4. La función directiva
 - 1.4.1. Conceptos básicos
 - 1.4.2. Que es dirigir
 - 1.4.3. La toma de decisiones
 - 1.4.4. El liderazgo
- 1.5. La planificación empresarial
 - 1.5.1. Plan empresarial
 - 1.5.2. Elementos de la planificación
 - 1.5.3. Etapas
 - 1.5.4. Herramientas de planificación
- 1.6. El control empresarial
 - 1.6.1. Conceptos, tipos y terminología
 - 1.6.2. Control de gestión
 - 1.6.3. Control de calidad
 - 1.6.4. Cuadro de mando integral

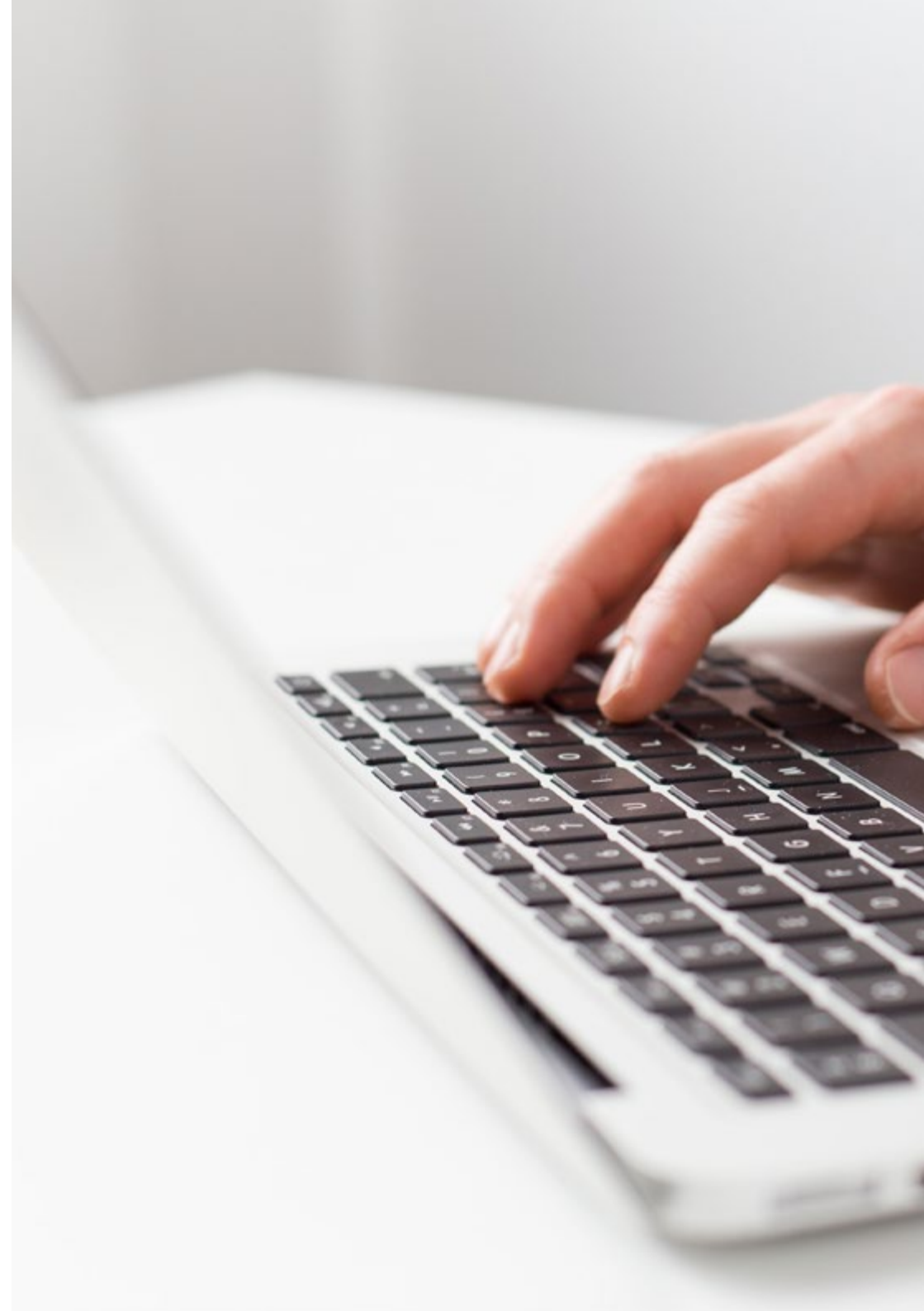
- 1.7. La organización empresarial
 - 1.7.1. Conceptos básicos
 - 1.7.2. Estructura organizativa
 - 1.7.3. Dimensiones culturales
 - 1.7.4. Modelos estructurales
- 1.8. Dirección de Recursos Humanos
 - 1.8.1. Motivación
 - 1.8.2. Reclutamiento y selección
 - 1.8.3. Formación del personal
 - 1.8.4. Evaluación del rendimiento
- 1.9. Elementos del Marketing y finanzas
 - 1.9.1. Concepto y etapas
 - 1.9.2. Marketing y mercados
 - 1.9.3. Marketing estratégico
 - 1.9.4. Relación y sinergias

Módulo 2. Introducción a las TIC

- 2.1. Sistemas de información: características, función y tipologías
 - 2.1.1. Introducción a las TIC
 - 2.1.2. Principios
 - 2.1.3. Características
 - 2.1.4. Inicios
 - 2.1.5. Ventajas y desventajas
 - 2.1.6. Tipologías
 - 2.1.7. Tipologías de los sistemas de información
 - 2.1.8. Procesos de negocio
- 2.2. Sistemas de Información: influencia, ventaja competitiva y estrategias basadas en redes y web 2.0
 - 2.2.1. Influencia de las TIC
 - 2.2.2. Actuales
 - 2.2.3. Globales
 - 2.2.4. Ventajas competitivas
 - 2.2.5. Estrategias basadas en web 2,0
 - 2.2.6. Estrategias de redes

- 2.3. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)
 - 2.3.1. Componentes
 - 2.3.2. Concepto
 - 2.3.3. Tipos de componentes
 - 2.3.4. Aplicaciones
 - 2.3.5. Evolución de la infraestructura
 - 2.3.6. Historia
 - 2.3.7. Situación actual y desarrollo
 - 2.3.8. La administración de la infraestructura de las TIC
 - 2.3.9. Impulsores
 - 2.3.10. Administración
- 2.4. Hardware y tendencias en el hardware
 - 2.4.1. El hardware
 - 2.4.2. Concepto
 - 2.4.3. Evolución del hardware
 - 2.4.4. Clasificación del hardware y el software
 - 2.4.5. Tendencias en el hardware
 - 2.4.6. Procesador de datos
 - 2.4.7. Aceleración en los procesos
 - 2.4.8. Almacenamiento de datos procesados
 - 2.4.9. Visualización gráfica
- 2.5. Integración de las plataformas de procesamiento y telecomunicaciones
 - 2.5.1. Integración
 - 2.5.2. Conceptualización
 - 2.5.3. Evolución
 - 2.5.4. Interdependencia empresarial
 - 2.5.5. Integración y competición
 - 2.5.6. Herramientas de integración
 - 2.5.7. BIG DATA
- 2.6. Modalidades de procesamiento, virtualización y procesadores multinúcleo
 - 2.6.1. Diferentes modelos
 - 2.6.2. Sistemas de múltiples procesadores
 - 2.6.3. Concepto de procesamiento
 - 2.6.4. La virtualización
 - 2.6.5. Requerimientos
 - 2.6.6. Hipervisores
 - 2.6.7. Paravirtualización
- 2.7. El software y las plataformas de software
 - 2.7.1. El software
 - 2.7.2. Contexto
 - 2.7.3. Conceptos y definiciones
 - 2.7.4. Aplicaciones
 - 2.7.5. Plataformas de software
 - 2.7.6. Plataformas actuales
 - 2.7.7. Evolución de las plataformas
- 2.8. El lenguaje Java y la integración de aplicaciones empresariales
 - 2.8.1. El lenguaje java
 - 2.8.2. Conceptos
 - 2.8.3. Características
 - 2.8.4. Puntos más destacados
 - 2.8.5. Arquitectura de las aplicaciones empresariales
 - 2.8.6. Concepto
 - 2.8.7. La integración en las empresas
 - 2.8.8. *Transcoding*
 - 2.8.9. Adaptación semántica de contenidos

- 2.9. Redes: redes corporativas y tecnologías de conectividad
 - 2.9.1. Redes corporativas y tecnologías de la conectividad
 - 2.9.2. Transformación
 - 2.9.3. Conectividad en la empresa
 - 2.9.4. Soluciones de conectividad
 - 2.9.5. Tipos y medio de transmisión
 - 2.9.6. Concepto y definiciones
 - 2.9.7. Mapas de transmisiones
- 2.10. Internet, la Web, la Web 2.0 y la Web 3.0
 - 2.10.1. ¿Qué es internet?
 - 2.10.2. Conceptualización
 - 2.10.3. Aplicaciones
 - 2.10.4. Web 1.0
 - 2.10.5. Conceptualización
 - 2.10.6. Contenidos estáticos
 - 2.10.7. La divulgación
 - 2.10.8. Web 2.0
 - 2.10.9. Conceptualización
 - 2.10.10. Contenidos dinámicos
 - 2.10.11. El desarrollo
 - 2.10.12. Web 3.0
 - 2.10.13. Conceptualización
 - 2.10.14. Contenidos multidispositivo
 - 2.10.15. La web inteligente
- 2.11. Herramientas empresariales para comunicación y coordinación
 - 2.11.1. Herramientas empresariales
 - 2.11.2. La dirección a distancia
 - 2.11.3. Planificar la comunicación
 - 2.11.4. Métodos de coordinación
 - 2.11.5. La coordinación internacional
 - 2.11.6. Coordinación internacional
 - 2.11.7. Concepto online





- 2.12. Organización tradicional de archivos, sistemas de gestión y almacenes de datos y minería de datos
 - 2.12.1. Almacenamiento de datos
 - 2.12.2. Análisis de datos
 - 2.12.3. Tipos de almacenamiento
 - 2.12.4. Tipo de información almacenable
 - 2.12.5. Variabilidad de datos
 - 2.12.6. Sistemas de gestión de datos
 - 2.12.7. Cuadro de mando integral
 - 2.12.8. Procesos de planificación
 - 2.12.9. Indicadores de gestión
 - 2.12.10. Minería de datos
 - 2.12.11. Concepto
 - 2.12.12. Teoría de la complejidad computacional
 - 2.12.13. Tendencias
- 2.13. Sistemas de empresa: sistemas de gestión empresarial y sistemas de ayuda a la toma de decisiones
 - 2.13.1. Sistema de soporte de decisiones
 - 2.13.2. Sistemas de ayuda: DSS
 - 2.13.3. La toma de decisiones en base a la gestión de datos
 - 2.13.4. Procesos de gestión empresarial
 - 2.13.5. Conceptos de gestión
 - 2.13.6. Etapas del proceso
- 2.14. Comercio electrónico
 - 2.14.1. Significado de comercio electrónico
 - 2.14.2. Concepto
 - 2.14.3. B2B
 - 2.14.4. Implicaciones
 - 2.14.5. Retos del comercio electrónico
 - 2.14.6. Principales tipos de comercio electrónico
 - 2.14.7. Tipos de comercio electrónico
 - 2.14.8. Mercados de comercio
 - 2.14.9. La evolución y repercusión
 - 2.14.10. Expansión
 - 2.14.11. Repercusión global

Módulo 3. Contabilidad financiera

- 3.1. Elementos y formulación de las cuentas anuales
 - 3.1.1. Balance de situación, cuenta de pérdidas y ganancias y memoria
 - 3.1.2. Estado de cambios en el patrimonio neto
 - 3.1.3. Estado de flujos de efectivo
 - 3.1.4. Normas para la formulación de las cuentas anuales
 - 3.1.5. Modelos para los estados financieros
- 3.2. Criterios de valoración
 - 3.2.1. Coste histórico
 - 3.2.2. Valor razonable
 - 3.2.3. Valor neto realizable
 - 3.2.4. Valor en uso
 - 3.2.5. Valor contable o en libros
 - 3.2.6. Contabilidad creativa
- 3.3. Inmovilizado material e intangible
 - 3.3.1. Normativa y formas de adquisición
 - 3.3.2. Amortizaciones
 - 3.3.3. Pérdidas por deterioro de valor o enajenación
 - 3.3.4. Inversiones inmobiliarias
- 3.4. Instrumentos financieros
 - 3.4.1. Activos financieros
 - 3.4.2. Pasivos financieros
 - 3.4.3. Valoración, identificación y gestión de riesgos
 - 3.4.4. Operaciones de cobertura y de negociación
 - 3.4.5. Contabilidad de los instrumentos de capital
- 3.5. Estudio y valoración de fondos propios
 - 3.5.1. El patrimonio neto en el balance
 - 3.5.2. Subvenciones, donaciones y legados
 - 3.5.3. Fondos propios y ajustes por cambios de valor

- 3.6. Operaciones de reestructuración
 - 3.6.1. Fusiones
 - 3.6.2. Escisiones
 - 3.6.3. Aportaciones no dinerarias
 - 3.6.4. Canjes de valor
- 3.7. Impuesto sobre beneficios
 - 3.7.1. Estructura del impuesto sobre sociedades
 - 3.7.2. Cálculo y contabilización del gasto devengado por el impuesto sobre sociedades
 - 3.7.3. Diferencias permanentes y temporarias
- 3.8. Contabilidad en moneda extranjera
 - 3.8.1. Moneda funcional y moneda de presentación
 - 3.8.2. Valoración de partidas monetarias y no monetarias
 - 3.8.3. Diferencias temporarias en operaciones realizadas en moneda extranjera

Módulo 4. Dirección comercial I

- 4.1. Investigación de mercados
 - 4.1.1. Conducta del consumidor
 - 4.1.2. Técnicas de investigación de mercados
 - 4.1.3. Herramientas para el análisis de datos
 - 4.1.4. Alcances y limitaciones
- 4.2. Publicidad
 - 4.2.1. La importancia de la publicidad para la empresa
 - 4.2.2. Experiencia de compra
 - 4.2.3. Publicidad en medios digitales
- 4.3. Planificación de medios
 - 4.3.1. Audiencias y mercado publicitario
 - 4.3.2. Selección de medios y soportes
 - 4.3.3. Medición de la eficacia
- 4.4. Dirección comercial
 - 4.4.1. Análisis interno y externo. DAFO
 - 4.4.2. Análisis sectorial y competitivo
 - 4.4.3. Modelo CANVAS

Módulo 5. Dirección de empresas

- 5.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 5.1.1. Funciones del directivo
 - 5.1.2. La estrategia de la dirección
 - 5.1.3. Cultura organizacional
- 5.2. Proceso de gestión del cambio
 - 5.2.1. Tipos
 - 5.2.2. Resistencia
 - 5.2.3. Estimulación a la innovación
 - 5.2.4. Modelos de gestión
- 5.3. La toma de decisiones
 - 5.3.1. El proceso de toma de decisiones y gestión
 - 5.3.2. Estilos de gestión
 - 5.3.3. Tipos de decisiones
- 5.4. La planificación estratégica
 - 5.4.1. Objetivos
 - 5.4.2. Métodos
 - 5.4.3. Planificación de entornos dinámicos
- 5.5. El proceso de dirección estratégica
 - 5.5.1. Tipos de procesos
 - 5.5.2. Misión y análisis de los procesos
 - 5.5.3. Implementación de los procesos y evaluación
- 5.6. La estructura organizacional
 - 5.6.1. Conceptos generales
 - 5.6.2. Estructuras mecanicistas
 - 5.6.3. Estructuras orgánicas
- 5.7. Diseños organizacionales
 - 5.7.1. Propósitos de la organización
 - 5.7.2. Factores de contingencia
 - 5.7.3. Tipos de diseño
- 5.8. Desarrollo y desempeño de grupos
 - 5.8.1. Definiciones y conceptos generales
 - 5.8.2. Grupos eficientes
 - 5.8.3. Grupos globales
- 5.9. La comunicación en la empresa
 - 5.9.1. Función de la comunicación en la empresa
 - 5.9.2. Métodos de comunicación
 - 5.9.3. Influencia de las TIC
- 5.10. Comunicación interpersonal y organizacional
 - 5.10.1. Conceptos básicos
 - 5.10.2. Comunicación interpersonal
 - 5.10.3. Comunicación organizacional
- 5.11. La motivación en la empresa
 - 5.11.1. Concepto y aplicación de la motivación
 - 5.11.2. Teorías de la motivación
 - 5.11.3. Implementación de la motivación
- 5.12. El liderazgo en la empresa
 - 5.12.1. Teorías de contingencia
 - 5.12.2. Tipos de liderazgo
 - 5.12.3. Implementación del liderazgo en la empresa
- 5.13. El control de operaciones
 - 5.13.1. Conceptos del control y el control de gestión
 - 5.13.2. Procesos del control
 - 5.13.3. Medición y evaluación
- 5.14. Gestión del control de operaciones
 - 5.14.1. Herramientas para el control
 - 5.14.2. Sistemas de corrección
 - 5.14.3. Ventajas y problemas del control de operaciones
- 5.15. Dirección de operaciones
 - 5.15.1. Importancia de la dirección
 - 5.15.2. La cadena de valor
 - 5.15.3. Gestión de calidad
- 5.10.4. Costes de almacenaje, *Picking* y *Packing*
- 5.10.5. Costes de distribución

Módulo 6. Régimen fiscal de la empresa

- 6.1. Concepto y características del tributo
- 6.2. La relación jurídica tributaria y las obligaciones tributarias
- 6.3. La exención, no sujeción, devengo y exigibilidad
- 6.4. Elementos esenciales de las obligaciones tributarias
- 6.5. El sistema tributario y la clasificación de impuestos
- 6.6. Cálculo del impuesto sobre sociedades
- 6.7. Los regímenes especiales
- 6.8. Determinación del IRPF
- 6.9. El IVA
- 6.10. Obligaciones

Módulo 7. Estrategias de marketing digital

- 7.1. Administración de negocios digitales
 - 7.1.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
 - 7.1.2. Diseño y creación de un plan de mercadotecnia digital
 - 7.1.3. Planificación y contratación de medios digitales
 - 7.1.4. Análisis del ROI en un plan de mercadotecnia digital
- 7.2. Mercadotecnia digital para reforzar la marca
 - 7.2.1. Contenido de la marca y narración de cuentos
 - 7.2.2. Hipersegmentación
 - 7.2.3. Videomarketing
 - 7.2.4. Ventas sociales
- 7.3. Definir la estrategia de mercadotecnia digital
 - 7.3.1. *Closed Loop Marketing*
 - 7.3.2. *Continuous Loop Marketing*
 - 7.3.3. *Multichannel Marketing*
- 7.4. Mercadotecnia digital para captar y fidelizar clientes
 - 7.4.1. Hipersegmentación y microlocalización
 - 7.4.2. Estrategias de fidelización y vinculación a través de internet
 - 7.4.3. Administración de la relación del visitante





- 7.5. Tendencias en la mercadotecnia digital
 - 7.5.1. *Digital Neuromarketing*
 - 7.5.2. *Avatar Marketing*
 - 7.5.3. *Bluecasting*
- 7.6. Gestión de campañas digitales
 - 7.6.1. *Display Advertising y Rich Media*
 - 7.6.2. Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización
 - 7.6.3. Publicidad en televisión digital
- 7.7. Plan de mercadotecnia en línea
 - 7.7.1. Investigación en línea
 - 7.7.2. Creación del plan de mercadotecnia en línea
 - 7.7.3. Configuración y activación
 - 7.7.4. Lanzamiento y gestión
- 7.8. *Blended Marketing*
 - 7.8.1. Integrando acciones on y off
 - 7.8.2. Personalizar y segmentar
 - 7.8.3. Mejorar la experiencia de usuario

Módulo 8. Tecnología e información en la empresa digital

- 8.1 Entornos tecnológicos
 - 8.1.1. El ambiente tecnológico
 - 8.1.2. Funcionamiento e importancia de las TI en la compañía
 - 8.1.3. Necesidades y áreas de oportunidad
- 8.2. Dirección de sistemas de información
 - 8.2.1. Sistemas de información empresarial
 - 8.2.2. Decisiones estratégicas
 - 8.2.3. Rol del CIO
- 8.3. Planificación estratégica de sistemas de información
 - 8.3.1. El proceso de planificación estratégica
 - 8.3.2. Formulación de la estrategia de SI
 - 8.3.3. Plan de implantación de la estrategia

- 8.4. Sistemas de información e inteligencia de negocios
 - 8.4.1. CRM e inteligencia de negocios
 - 8.4.2. Gestión de proyectos en inteligencia de negocios
 - 8.4.3. Arquitectura de inteligencia de negocios
- 8.5. Aplicaciones de gestión corporativa
 - 8.5.1. Análisis de empresa y sectores industriales
 - 8.5.2. Modelos de negocio basados en internet
 - 8.5.3. El valor de la IT en la empresa
- 8.6. Transformación digital
 - 8.6.1. Modelos de negocio de base tecnológica
 - 8.6.2. Capacidades para innovar
 - 8.6.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor
- 8.7. Tecnologías y tendencias
 - 8.7.1. Estrategias de comercio electrónico
 - 8.7.2. Estrategias en socia media
 - 8.7.3. Modelos de comercio electrónico
- 8.8. *Outsourcing* de Tecnologías de la Información
 - 8.8.1. Determinación de objetivos en TI
 - 8.8.2. Selección de proveedores

Módulo 9. Creación y gestión de empresas en el entorno digital

- 9.1. Entorno económico global
 - 9.1.1. Fundamentos de la economía global
 - 9.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
 - 9.1.3. Emprendimiento y nuevos mercados
- 9.2. Finanzas corporativas
 - 9.2.1. Política financiera y crecimiento
 - 9.2.2. Métodos de valoración de empresas
 - 9.2.3. Estructura de capital y apalancamiento financiero

- 9.3. Análisis económico de decisiones
 - 9.3.1. Control presupuestario
 - 9.3.2. Análisis de la competencia
 - 9.3.3. Análisis comparativo
 - 9.3.4. Toma de decisiones
 - 9.3.5. La inversión o desinversión empresarial
- 9.4. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
 - 9.4.1. Evolución del modelo de IT
 - 9.4.2. Organización y departamento IT
 - 9.4.3. Tecnologías de la información y entorno económico
- 9.5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
 - 9.5.1. Creación de valor para clientes y accionistas
 - 9.5.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
 - 9.5.3. Estrategia corporativa vs estrategia tecnológica y digital
- 9.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
 - 9.6.1. *Business Intelligence*
 - 9.6.2. *Data Warehouse*
 - 9.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral
- 9.7. Estrategia digital
 - 9.7.1. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
 - 9.7.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
 - 9.7.3. Estrategia e internet
- 9.8. Modelos de negocio basados en internet
 - 9.8.1. Análisis de empresas establecidas en el sector tecnológico
 - 9.8.2. Sistemas de generación de modelos de negocio
 - 9.8.3. Análisis de modelos de negocio innovadores en sectores tradicionales
 - 9.8.4. Análisis de modelos de negocio innovadores en internet
- 9.9. Sistemas de empresa basados en la colaboración
 - 9.9.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM
 - 9.9.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
 - 9.9.3. Sistemas de comercio electrónico

- 9.10. Negocios sociales
 - 9.10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
 - 9.10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC
 - 9.10.3. Como rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales
 - 9.10.4. Movilidad y el negocio digital

Módulo 10. Dirección de la innovación en un entorno digital

- 10.1. Pensamiento de diseño
 - 10.1.1. La estrategia del océano azul
 - 10.1.2. Innovación colaborativa
 - 10.1.3. *Open Innovation*
- 10.2. Inteligencia estratégica de la innovación
 - 10.2.1. Vigilancia tecnológica
 - 10.2.2. Prospectiva tecnológica
 - 10.2.3. *Coolhunting*
- 10.3. Emprendimiento e innovación
 - 10.3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio
 - 10.3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos
 - 10.3.3. Sistemas de gestión de la innovación
 - 10.3.4. Habilidades *Soft* de un emprendedor
- 10.4. Gestión de *Startups*
 - 10.4.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
 - 10.4.2. Métricas financieras para *Startups*
 - 10.4.3. Planificación financiera: modelos de proyecciones y su interpretación
 - 10.4.4. Métodos de valoración
 - 10.4.5. Aspectos legales
- 10.5. El plan de negocio
 - 10.5.1. *Business Plan* en la era digital
 - 10.5.2. Modelo *Canvas*
 - 10.5.3. *Value Proposition Model*
 - 10.5.4. Contenido y presentación
- 10.6. Gestión de proyectos
 - 10.6.1. Desarrollo ágil
 - 10.6.2. Lean Management en *Startups*
 - 10.6.3. Seguimiento y dirección de proyectos
- 10.7. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación
 - 10.7.1. Fase de *Seed*
 - 10.7.2. Fase de *Startup*
 - 10.7.3. Fase de *Growth*
 - 10.7.4. Fase de consolidación
- 10.8. Financiación de *Startups*
 - 10.8.1. Financiación bancaria
 - 10.8.2. Subvenciones
 - 10.8.3. Capital semilla y aceleradoras. *Business Angels*
 - 10.8.4. *Venture Capital*. IPO
 - 10.8.5. *Public to Private Partnership*
- 10.9. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales
 - 10.9.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
 - 10.9.2. Entidades de *Venture Capital* nacionales e internacionales
 - 10.9.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc. Startup
 - 10.9.4. FOND-ICO Global
 - 10.9.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & Play
- 10.10. *Lean Management*
 - 10.10.1. Principios básicos de *Lean Management*
 - 10.10.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
 - 10.10.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad
 - 10.10.2. Canales de comunicación con el cliente
 - 10.10.3. Integración con la tienda online
 - 10.10.4. Centros de servicios online

07 Prácticas

Al culminar el programa online, el estudiante estará listo para cursar una estancia práctica en una agencia de gran relevancia en el sector digital. Tendrá una duración de tres semanas, de lunes a viernes y con jornadas de 8 horas continuas. En todo momento que el estudiante se encuentre en el programa, contará con el apoyo y guía de un especialista adjunto.





“

Esta modalidad semipresencial te ayudará a iniciar con pie firme en el entorno digital, aumentando tu confianza para la gestión de una empresa en este medio”

La estancia presencial le permitirá al estudiante realizar un número determinado de actividades prácticas, como valoración, identificación y gestión de riesgos de instrumentos financieros; la planificación de campañas digitales, implementación de tecnologías de la comunicación, así como otras actividades relacionadas, completando el proceso de aprendizaje.

La enseñanza práctica se realizará con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que faciliten el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis médica (aprender a ser y aprender a relacionarse).

Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro, a su actividad habitual y a su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:

“

Este programa te ayudará a desenvolverte en una esencia real, con el apoyo de un grupo de profesionales capacitados para ayudarte a realizar un plan de negocios desde sus inicios”





Módulo	Actividad Práctica
Creación y gestión de empresas en el entorno digital	Desarrollar estrategias corporativas y tecnológicas de la empresa
	Implementar modelos de negocio basados en internet
	Manejar el sistema de gestión de la cadena de suministro
	Practicar la rentabilización de la web 2.0 y las redes sociales
	Analizar el ROI en el plan de mercadotecnia digital
	Reconocer las estrategias de mercadotecnia digital implementadas en la empresa y mejorarlas: <i>Closed Loop Marketing</i> , <i>Continuous Loop Marketing</i> y <i>Multichannel Marketing</i>
Organización y Administración de Empresas	Utilizar herramientas de planificación
	Participar en acciones de marketing estratégico, establecer relaciones y sinergias
	Formular cuentas anuales utilizando los modelos para los estados financieros usando los criterios de valoración
	Valorar, identificar y gestionar riesgos de instrumentos financieros
	Reconocer los diferentes impuestos aplicables a la empresa
	Realizar el cálculo del impuesto sobre sociedades y determinar el IRPF y el IVA
Dirección e innovación en la empresa	Utilizar técnicas de investigación de mercados, modelo CANVAS y otras herramientas para el análisis de datos
	Proponer la planificación de medios: audiencias y mercado publicitario
	Realizar el análisis interno y externo. DAFO, así como el análisis sectorial y competitivo
	Implementar el liderazgo y la motivación a través de diferentes teorías motivacionales
	Implementar la inteligencia estratégica de la innovación: <i>Coolhunting</i> y las de búsqueda de oportunidades de negocio
	Gestionar métricas financieras de <i>Startups</i> , controlar aspectos legales, <i>Lean Management</i> y financiación de una <i>Startup</i>
Tecnología e información en la empresa digital	Dirigir sistemas de información empresarial
	Planificar y formular estrategias de sistemas de información y coordinación empresarial
	Usar el CRM, software e inteligencia en la empresa
	Revisar estrategias de comercio electrónico y social media
	Emplear herramientas de integración y <i>Big Data</i>
	Verificar las redes corporativas y tecnologías de la conectividad

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de esta institución es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, esta entidad educativa se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



Condiciones generales de la capacitación práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

1. TUTORÍA: durante el Máster Semipresencial el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

2. DURACIÓN: el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

3. INASISTENCIA: en caso de no presentarse el día del inicio del Máster Semipresencial, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

4. CERTIFICACIÓN: el alumno que supere el Máster Semipresencial recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: el Máster Semipresencial no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

6. ESTUDIOS PREVIOS: algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización del Máster Semipresencial. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

7. NO INCLUYE: el Máster Semipresencial no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

08

¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

TECH conoce las necesidades del sector empresarial, por ello, realizado distintos convenios con las agencias más prestigiosas a nivel internacional. Conformando así, una oportunidad única para que el alumno continúe creciendo en su área laboral, junto a los mejores especialistas del Marketing y la gestión empresarial.





“

Distintas empresas de marketing están a tu disposición gracias a este programa semipresencial de TECH”

tech 44 | ¿Dónde puedo hacer las Prácticas?



El alumno podrá cursar la parte práctica de este Máster Semipresencial en los siguientes centros:



Escuela de Negocios

Match Mode

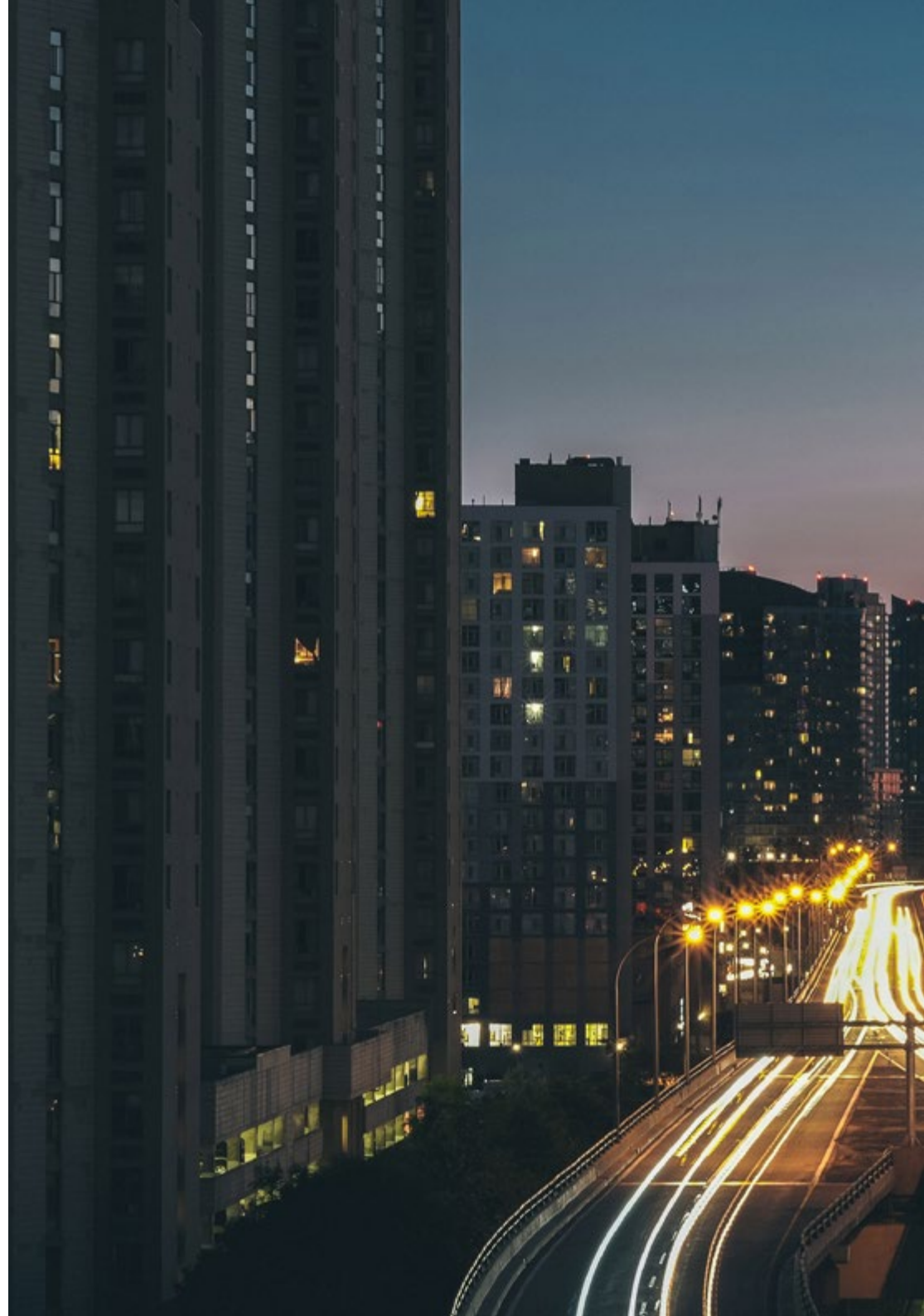
País	Ciudad
España	Barcelona

Dirección: Avenida Diagonal 696
(08034) Barcelona

Única plataforma especializada en moda para la contratación de freelance especializados en este sector

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Educación Digital, E-learning y Redes Sociales
- MBA en Dirección de Empresas de Comunicación



09

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

“

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

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



10 Titulación

El Máster Semipresencial en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Semipresencial expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Máster Semipresencial en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

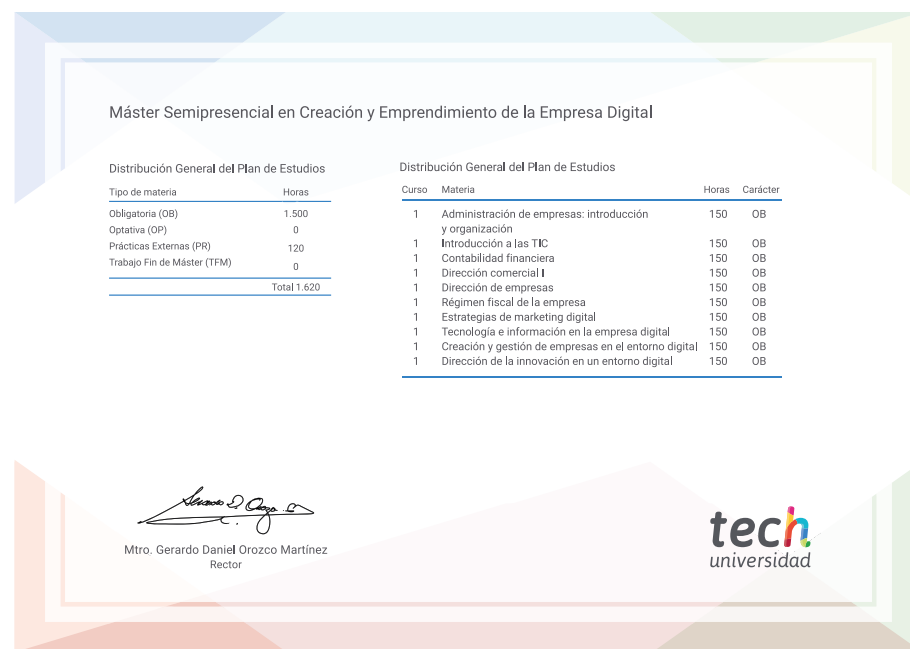
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Semipresencial** emitido por **TECH Universidad**.

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

Título: **Máster Semipresencial en Creación y Emprendimiento de la Empresa Digital**

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**

Duración: **12 meses**



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



Máster Semipresencial
Creación y Emprendimiento
de la Empresa Digital

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad

Máster Semipresencial

Creación y Emprendimiento
de la Empresa Digital